

# Отчет в области устойчивого развития за 2013–2014 гг.

ГРУППА КОМПАНИЙ  
«ДЕТСКИЙ МИР»





Мы представляем вашему вниманию первый отчет Группы компаний «Детский мир» в области устойчивого развития (далее — Отчет). В нем представлена полная и понятная широкому кругу заинтересованных сторон информация о том, как изменились наши подходы к ведению бизнеса в 2013–2014 гг. Отчет отражает наши стратегические приоритеты, результаты мероприятий по повышению внутренней эффективности и достижения в области работы с клиентами, поставщиками, сотрудниками и местными сообществами. Он показывает, как наша деятельность в области корпоративной социальной ответственности связана с нашими успехами в развитии бизнеса.

В дальнейшем мы планируем выпускать отчетность в области устойчивого развития на регулярной основе и надеемся, что этот Отчет станет важным инструментом коммуникации и развития диалога с нашими заинтересованными сторонами.



## Содержание

Обращение Генерального директора .....	3
О нашем первом Отчете .....	4
<b>1</b> Наш мир .....	5
1.1. Общие сведения о Группе компаний «Детский мир» .....	6
1.2. Стратегия развития Группы .....	12
1.3. Подход к устойчивому развитию и взаимодействие с заинтересованными сторонами .....	14
<b>2</b> Наши потребители .....	16
2.1. Безопасность товаров для здоровья потребителей .....	18
2.2. Организация торговых пространств и клиентоориентированный сервис в магазинах .....	23
2.3. Обеспечение доступности товаров и совершенствование клиентской поддержки .....	26
2.4. Онлайн-каналы продаж .....	29
<b>3</b> Наши поставщики .....	30
3.1. Система взаимодействия с поставщиками .....	32
3.2. Управление закупочной деятельностью .....	34



<b>4</b>	Наши сотрудники .....	37
4.1.	Подход к управлению персоналом .....	40
4.2.	Подбор персонала .....	41
4.3.	Обучение и профессиональное развитие сотрудников .....	42
4.4.	Мотивация и повышение удовлетворенности сотрудников .....	45
4.5.	Создание безопасных условий труда .....	49
<b>5</b>	Наши сообщества .....	51
5.1.	Благотворительная деятельность .....	52
5.2.	Сокращение потребления ресурсов .....	56
5.3.	Модернизация системы управления отходами .....	58
5.4.	Экологическая потребительская упаковка .....	59
	Таблица раскрытия стандартных элементов Руководства .....	60
	Глоссарий и перечень сокращений .....	67



## Обращение Генерального директора

### *Уважаемые дамы и господа!*

Мы рады представить наш первый Отчет в области устойчивого развития, в котором мы отразили, как изменилась Группа компаний «Детский мир» за 2013–2014 гг. в части управления бизнесом и подхода к взаимодействию с клиентами и каких результатов нам удалось достичь благодаря реализации новой стратегии.

В конце 2012 г. Группа компаний «Детский мир» приняла новую стратегию развития, направленную на сохранение лидирующего положения и повышение доли Группы компаний «Детский мир» на рынке детских товаров. Для достижения этой цели мы сфокусировались на трех ключевых направлениях: экспансия розничной сети, повышение операционной эффективности и построение клиентоориентированной модели бизнеса.

В рамках первого направления мы приняли решение об усилении вектора региональной экспансии, продолжили наращивать темпы развития сетей «Детский мир» и ELC: в 2013 г. был открыт 41 магазин, а в 2014 г. — 72.

Для повышения операционной эффективности были пересмотрены и оптимизированы бизнес-процессы, внедрены новые программные решения на платформе SAP, проведен ряд мероприятий по повышению производительности труда, что позволило нам сократить долю операционных расходов в выручке. Обновленный концепт торговых пространств, усовершенствованная программа лояльности и конкурентные цены привлекли в наши магазины новых покупателей, число которых в 2014 г. увеличилось более чем на 50% по сравнению с 2012 г. Перечисленные меры позволили нам в 2013–2014 гг. существенно улучшить операционные и финансовые показатели и увеличить размер прибыли.

Воплощая нашу стратегию в жизнь, мы соблюдаем принцип ответственного ведения бизнеса. Наша деятельность имеет высокую общественную значимость — мы обеспечиваем подрастающее поколение товарами, необходимыми для их развития. В связи с этим мы предъявляем высокие требования к нашим партнерам в части не только доступности продукции для потребителей, но и ее высокого качества и безопасности для здоровья.

Динамичный рост Группы компаний «Детский мир» во многом стал заслугой команды менеджеров и всех сотрудников Группы, для которых мы создаем привлекательные условия развития и карьерного роста. В отчетном периоде компания приложила большие усилия для создания эффективной системы обучения: количество часов обучения на одного сотрудника в 2014 г. увеличилось более чем в 10 раз по сравнению с 2012 г. Мы также внесли изменения в систему мотивации сотрудников розницы и центрального офиса, направленную на повышение эффективности труда, сформировали программу взаимодействия с колледжами и вузами для привлечения на работу студентов и молодых специалистов. Мы делаем все возможное, чтобы обеспечить достойное вознаграждение наших сотрудников в соответствии с их результатами работы и создать условия для того, чтобы трудиться в нашей компании было интересно и перспективно.

В 2015 г. мы планируем завершить начатую оптимизацию бизнес-процессов, продолжить экспансию, увеличивая количество магазинов сети и расширяя географию деятельности. В части развития корпоративной социальной ответственности мы поставили перед собой цель вовлечь как можно больше сотрудников в наши волонтерские движения и увеличивать масштабы благотворительной деятельности. Перспективным и важным направлением развития мы считаем проекты в области охраны окружающей среды. Внедрение современных технологий и умных решений, в частности в области энергосбережения, раздельного сбора отходов розничной сети и перехода на бумажные пакеты, позволят нам, с одной стороны, уменьшить негативное воздействие на окружающую среду, с другой — снизить операционные расходы Группы компаний.

Мы уверены, что обладаем всеми ресурсами для укрепления позиций на рынке. Даже в сложных условиях с учетом текущей экономической ситуации мы видим новые возможности для развития нашего бизнеса — ответственный подход к построению взаимоотношений с потребителями, поставщиками и сотрудниками позволяет нам уверенно смотреть в будущее.

Владимир Чирахов,  
Генеральный директор  
Группы компаний «Детский мир»

# О нашем первом Отчете

## ГРАНИЦЫ ОТЧЕТА

Отчет отражает информацию о деятельности в области устойчивого развития Группы компаний «Детский мир», включая магазины сети «Детский мир» в России и Казахстане, сети ELC и магазин «Детская галерея «Якиманка».

Ряд количественных показателей отражает результаты деятельности только компании ОАО «Детский мир», что обусловлено особенностями систем отчетности сети ELC и «Детской галереи «Якиманка», не полностью интегрированных в единую систему сбора данных Группы компаний «Детский мир». В случае ограничения области охвата текст Отчета содержит соответствующие комментарии.

## ПРИНЦИПЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ

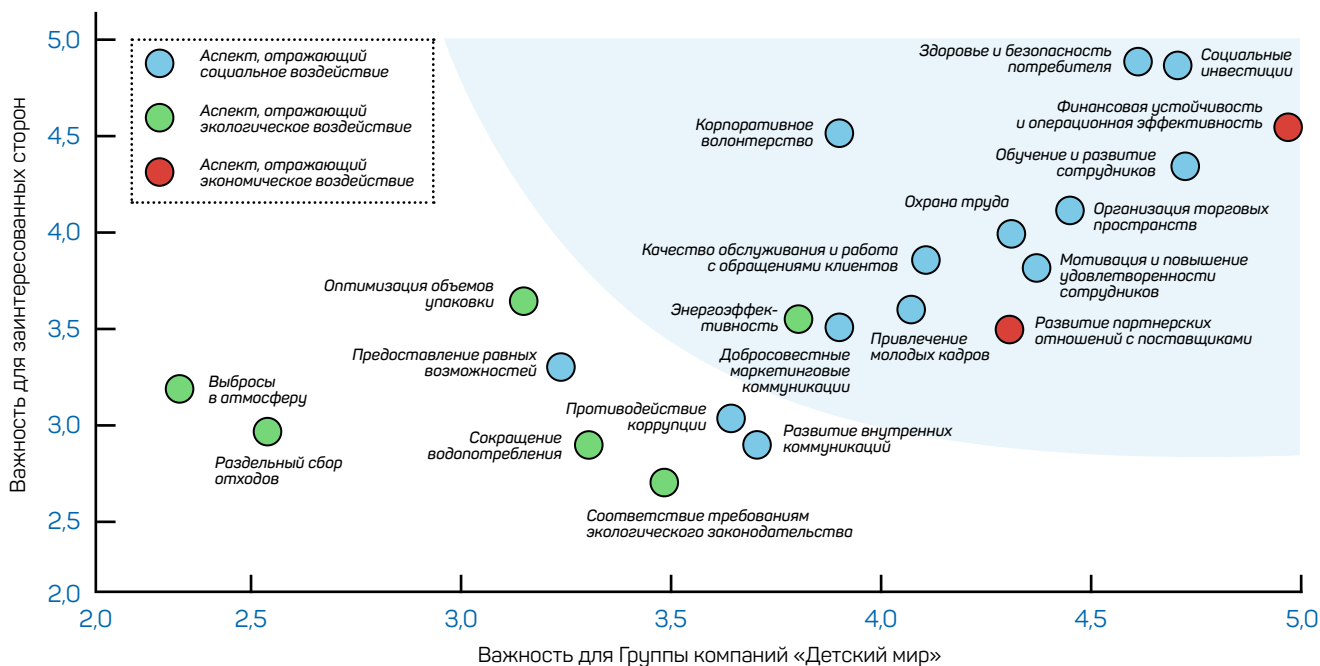
Отчет подготовлен с учетом требований версии G4 Руководства GRI (вариант «основной»). В новой версии Руководства особое внимание уделяется описанию подходов организации к определению существенных аспектов деятельности в области устойчивого развития и взаимодействию с заинтересованными сторонами в рамках данного процесса. В целях соблюдения рекомендаций Руководства GRI мы разработали подход к выявлению существенных вопросов, который включал в себя:

- ♦ интервьюирование руководителей ответственных подразделений ОАО «Детский мир»;
- ♦ анкетирование 10 топ-менеджеров ОАО «Детский мир»;
- ♦ анализ содержания нефинансовых отчетов российских и зарубежных компаний-аналогов;
- ♦ анализ внутренних каналов коммуникации ОАО «Детский мир» и материалов СМИ;
- ♦ анализ внутренних нормативных документов;
- ♦ экспертную оценку выявленных тем на предмет полноты и сбалансированности.

На основании проведенного анализа была разработана матрица существенных вопросов, отражающая наиболее значимые аспекты деятельности Группы компаний «Детский мир» в области устойчивого развития с точки зрения ее внутренних и внешних заинтересованных сторон.

Признанные существенными аспекты нашли свое отражение в настоящем Отчете: по каждому из них приводятся описание подходов к управлению, достигнутые результаты за отчетный период и анализ показателей результативности. Темы, которые не признаются существенными, не являются обязательными к раскрытию согласно Руководству GRI. Тем не менее мы включили в Отчет ряд таких тем, поскольку они, на наш взгляд, могут быть интересны нашим заинтересованным сторонам.

## Матрица существенных аспектов деятельности Группы в области устойчивого развития

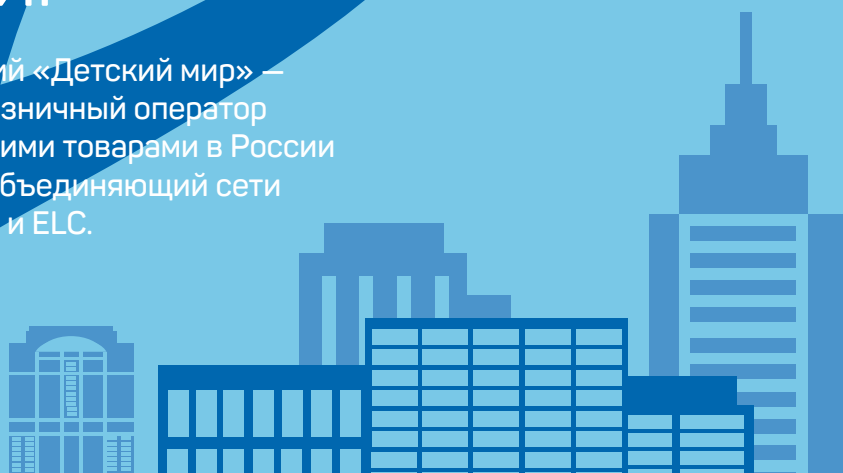




1

## НАШ МИР

Группа компаний «Детский мир» — крупнейший розничный оператор торговли детскими товарами в России и Казахстане, объединяющий сети «Детский мир» и ELC.



# 1.1.

Общие сведения о Группе компаний «Детский мир»





7000

сотрудников

&gt;100

млн  
посетителей

323

магазина

10%

доля на рынке  
детских  
товаров

Группа компаний «Детский мир» — крупнейшая розничная сеть детских товаров в России и Казахстане, объединяющая магазины «Детский мир» и ELC и предлагающая посетителям около 40 тыс. наименований товаров детского ассортимента: игрушки, товары для новорожденных, одежда, обувь, канцтовары, продукция для творчества.

На 31 декабря 2014 г. наши магазины были представлены в 117 городах России и четырех городах Казахстана. Мы активно развиваемся: в 2013 г. был открыт 41 новый магазин, а в 2014 г. — 72 магазина, включая 24 магазина сети ELC за два года. Мы намерены сохранить достигнутые темпы роста и в перспективе ближайших лет преимущественно за счет увеличения количества точек продаж на территории Московского региона,

Санкт-Петербурга и городов с высоким потенциалом роста бизнеса и населением свыше 50 тыс. человек.

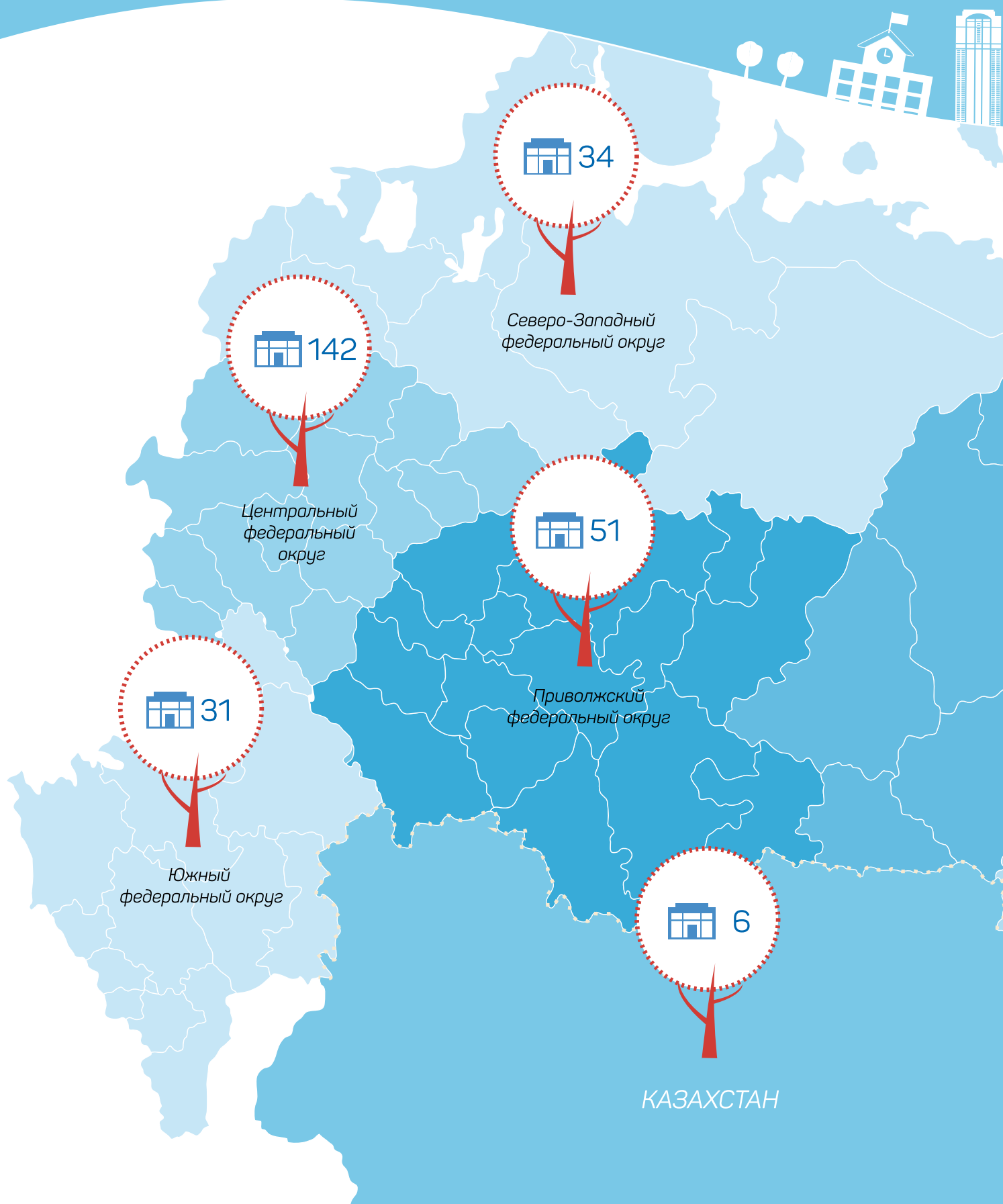
В 2011 г. в рамках реализации стратегии многоканальных продаж Группа компаний «Детский мир» запустила фирменный интернет-магазин ([www.detmir.ru](http://www.detmir.ru)), количество покупателей которого с тех пор постоянно растет. В отчетном периоде мы работали над повышением удобства пользования интернет-магазином и его интеграцией с офлайн-каналами продаж, что привело к практически двукратному росту выручки в 2014 г. по сравнению с 2013 г. (с 227 млн руб. до 443 млн руб.).

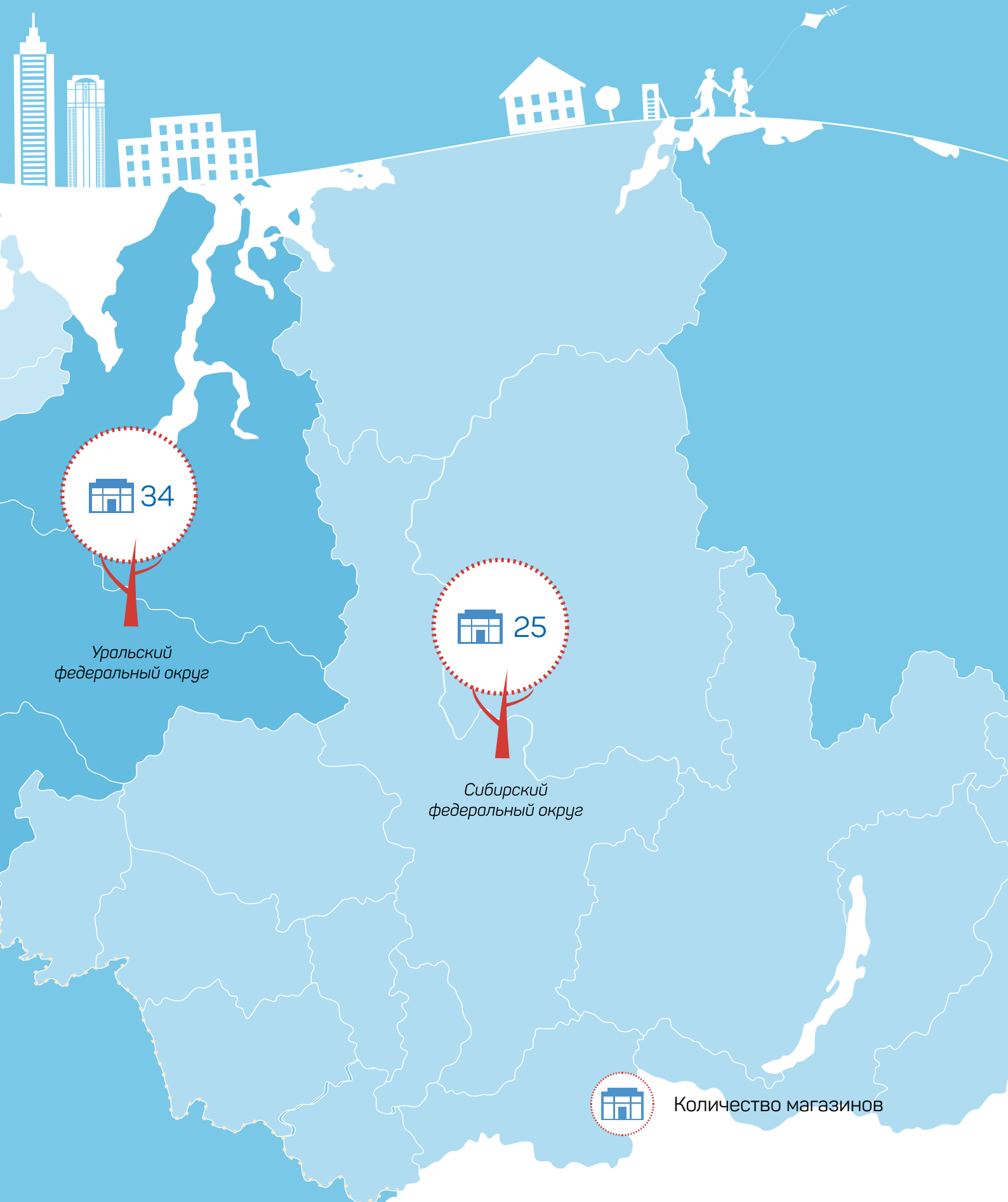
Уникальность Группы компаний «Детский мир» заключается в сочетании ее исторического прошлого, благодаря которому узнаваемость бренда близка к 100%, и современного подхо-

да к ведению бизнеса. Под руководством опытной команды менеджеров Группа компаний «Детский мир» в 2013–2014 гг. достигла высоких операционных и финансовых результатов и заняла лидирующее положение на рынке детских товаров на конец 2014 г. по следующим показателям:

- ◆ количество торговых точек — 323 магазина;
- ◆ общая торговая площадь — 396 тыс. кв. м;
- ◆ выручка — более 45 млрд руб.;
- ◆ доля рынка — 10%.

# Масштабы деятельности Группы компаний «Детский мир»





34

Уральский  
федеральный округ

25

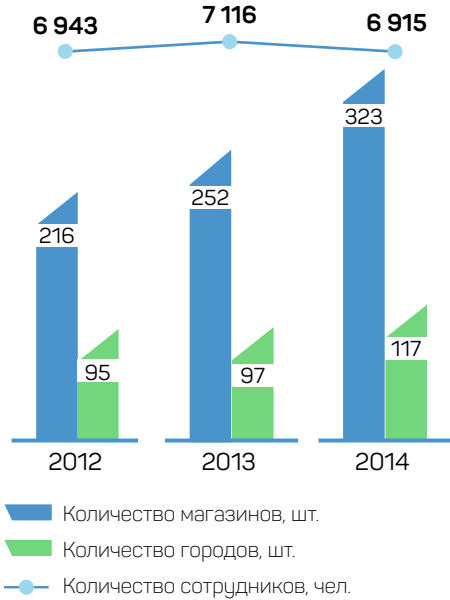
Сибирский  
федеральный округ



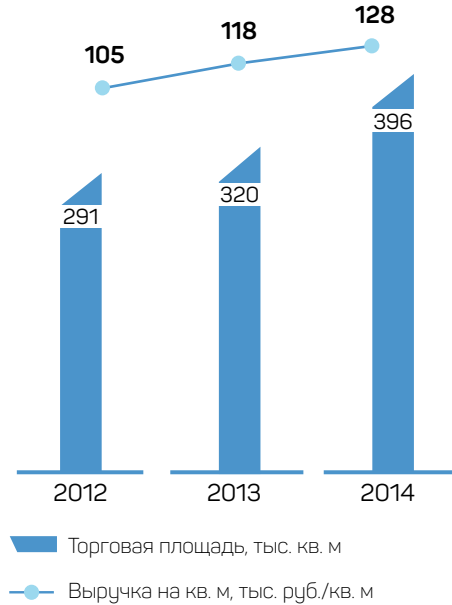
Количество магазинов

## МАСШТАБЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГРУППЫ КОМПАНИЙ «ДЕТСКИЙ МИР»

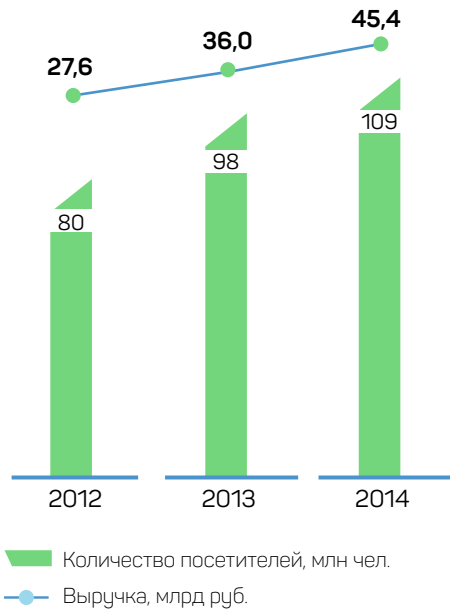
### Ключевые параметры Группы



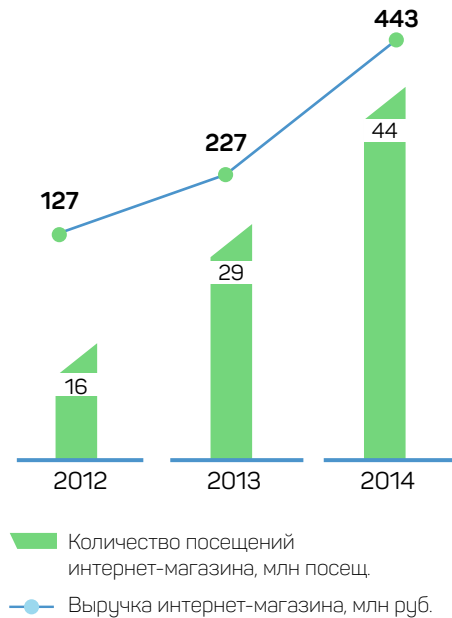
### Торговые площади Группы<sup>1</sup>



### Выручка Группы

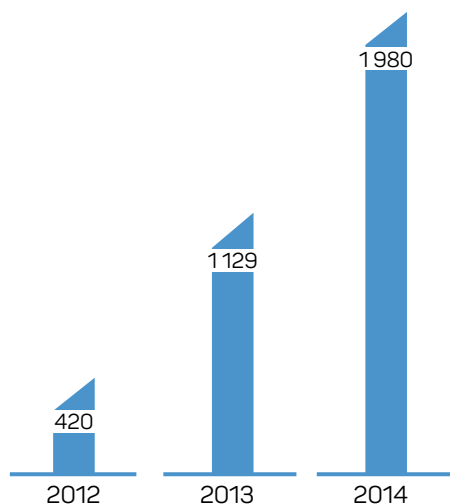


### Выручка интернет-магазина «Детский мир»

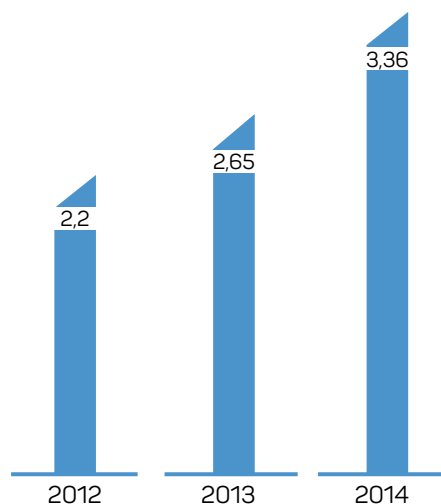


<sup>1</sup> В расчете выручки на кв. м была использована средняя площадь за указанный год.

Дивиденды, млн руб.



Налоговые отчисления, выплаченные Группой в бюджеты России и Казахстана, млрд руб.<sup>2</sup>



Успехи Группы компаний «Детский мир» и наших сотрудников регулярно отмечаются престижными российскими общественными премиями и бизнес-рейтингами. В частности, можно выделить следующие достижения Группы в этом направлении за 2014 г.:

**27-е** место  
(+ 2 позиции)

в рейтинге Infoline «ТОП-100 крупнейших розничных сетей России»

**2** номинации

в национальной премии индустрии детских товаров «Золотой медвежонок»

**151-е** место  
(+ 20 позиций)

в «ТОП-200 крупнейших частных компаний России» по версии журнала Forbes

**5** управленцев

Группы компаний «Детский мир» вошли в рейтинг «ТОП-1 000 профессиональных менеджеров России» по версии Издательского дома «Коммерсантъ»

**120-121-е** место  
(+ 30 позиций)

в рейтинге «ТОП-200 интернет-магазинов» по версии Издательского дома «Коммерсантъ»

<sup>2</sup> Включая налог на прибыль, таможенные пошлины, налог на доходы физических лиц, страховые взносы во внебюджетные фонды, налог на добавленную стоимость и прочие налоги.

# 1.2.

## Стратегия развития Группы

Стратегические приоритеты развития и результаты Группы за отчетный период (2014 г. к 2012 г.)



В 2012 г. мы приняли новую стратегию развития Группы на период до 2018 г., нацеленную на укрепление наших лидерских позиций на российском рынке детских товаров. В рамках разработки ключевых направлений и инструментов стратегического развития мы провели детальное исследование динамики рынка, каналов продаж и бизнес-процессов, а также целевой аудитории и изменяющегося поведения потребителей. На основе полученных результа-

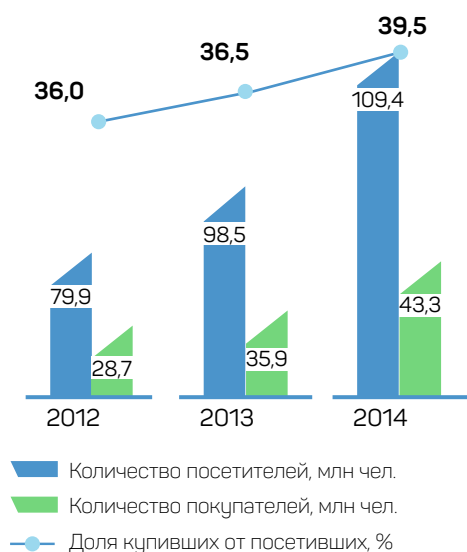
тов и прогнозов динамики рынка мы сформулировали два ключевых направления стратегического развития:

- ♦ повышение эффективности бизнес-процессов;
- ♦ построение клиентоориентированной модели бизнеса за счет развития сети и каналов продаж, изменения ценообразования и улучшения взаимодействия с клиентами.

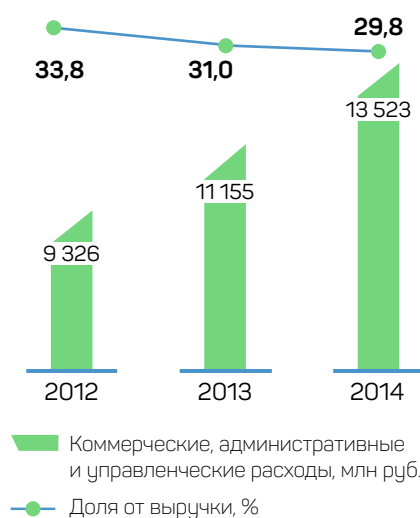
## Рост сопоставимых продаж (Like-for-like), %

	2012	2013	2014
Продажи LFL	5,6	13,4	13,6
Средний чек	6,4	4,8	5,1
Количество покупателей	-0,7	8,2	8,1

## Увеличение показателя конверсии



## Сокращение отношения расходов (КиАУР) к выручке Группы



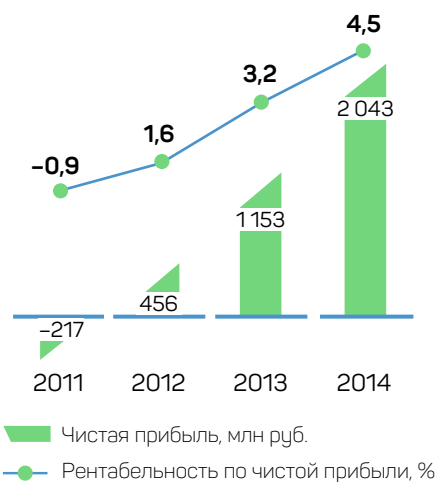
Ключевые мероприятия, реализованные в рамках новой стратегии, были направлены на выстраивание эффективных систем управления (в частности, ИТ-систем, логистики, управления персоналом), а также развитие коммуникаций с нашими клиентами для лучшего понимания их потребностей.

Внедрение нового подхода в конце 2012 г. позволило достичь значительных результатов уже в 2013–2014 гг.: с самого начала 2013 г. мы наблюдали уверенный рост трафика (количества чеков). Обновленный концепт торговых пространств, усовершенствованная программа лояльности и конкурентные цены привлекли посетителей в наши магазины и позволили за 2014 г. увеличить долю покупателей среди посетителей с 36,5 до 39,5%.

Наряду с этим наши усилия по повышению операционной эффективности привели к сокращению отношения расходов (в частности, на персонал и аренду) к выручке Группы. В результате в 2012 г. мы впервые за пять лет получили прибыль, а за 2013–2014 гг. улучшили операционные и финансовые показатели. Так, чистая прибыль Группы за 2014 г. выросла на 77% по сравнению с предыдущим годом и составила 2 млрд руб.

В 2015 г. мы планируем завершить начатую оптимизацию бизнес-процессов, а также продолжить экспансию, увеличивая количество магазинов сети и расширяя геогра-

## Выход Группы на чистую прибыль



фию деятельности. Мы видим новые возможности для развития нашего бизнеса даже в сложной экономической ситуации — ответственный подход к построению взаимоотношений с акционерами, поставщиками и потребителями позволяет нам уверенно смотреть в будущее. В 2015 г. мы планируем открыть порядка 100 магазинов и увеличить свою долю в секторе торговли товарами для детей до 11,5–12% по сравнению с 10% на конец отчетного периода.

# 1.3.

## Подход к устойчивому развитию и взаимодействие с заинтересованными сторонами

Группа компаний «Детский мир» является розничной сетью детских товаров, что определяет социальную направленность нашей основной деятельности. В связи с этим ответственное ведение бизнеса является базовым элементом нашей стратегии, а также ключом к успеху нашего развития и укреплению наших лидерских позиций на рынке детских товаров и в сфере социальной ответственности. Вопросы ответственного ведения бизнеса обсуждаются на заседаниях Совета директоров, включая стратегические направления развития и ключевые показатели эффективности (КПЭ)<sup>1</sup>.

Главная цель Группы компаний «Детский мир» в области устойчивого развития и корпоративной социальной ответственности заключается в обеспечении подрастающего поколения качественными и безопасными для здоровья товарами по доступным ценам.

Достижение этой цели невозможно без повышения эффективности бизнес-процессов, соблюдения высоких стандартов клиентского сервиса и развития диалога с нашими ключевыми партнерами. Мы постоянно взаимодействуем с нашими заинтересованными сторонами, в том числе с:

- ♦ поставщиками, чтобы закупать товар высокого качества, формировать благоприятную конкурентную среду и минимизировать риски сбоя поставок;

- ♦ сотрудниками, чтобы они чувствовали свою вовлеченность в основную деятельность Группы, вносили инновационные предложения по совершенствованию ее внутренних процессов и повышали уровень обслуживания клиентов;
- ♦ потребителями, чтобы понять их предпочтения и ожидания относительно дальнейшего развития Группы;
- ♦ отраслевыми организациями, чтобы обмениваться опытом с экспертами и понимать перспективы развития рынка;
- ♦ местными сообществами, чтобы повышать уровень жизни в регионах и доступность наших товаров для детей и семей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации.

Активное взаимодействие с заинтересованными сторонами позволяет Группе, с одной стороны, обеспечивать качество товара и его безопасность для детей, а с другой — увеличивать объемы продаж и развивать бизнес. В нашем Отчете мы расскажем, на основании каких принципов мы выстраивали это взаимодействие, и раскроем результаты деятельности Группы компаний «Детский мир» по ключевым аспектам, значимым для наших заинтересованных сторон.

<sup>1</sup> Протокол № 19 от 15.04.2014 г.



Взаимодействие Группы с заинтересованными сторонами



ЗАИНТЕРЕСОВАННАЯ СТОРОНА	Поставщики	Потребители	Сотрудники	Отраслевые организации	Местные сообщества
КАНАЛЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ	<ul style="list-style-type: none"> <li>Совместные проекты по ассортиментно-му планированию и мерчандайзингу</li> <li>Отраслевые конференции</li> <li>Выставки поставщиков</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Исследования удовлетворенности</li> <li>Фокус-группы с участием потребителей</li> <li>Система «Обратная связь»</li> <li>Рассылка информации об акциях и предложениях по СМС и электронной почте</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Оценка профессиональных знаний</li> <li>Внутрикорпоративный портал</li> <li>Учебный портал Webtutor</li> <li>Исследование уровня вовлеченности</li> <li>Горячая линия</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Отраслевые конференции</li> <li>Круглые столы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Взаимодействие в рамках программ корпоративного волонтерства</li> </ul>



# 2

## НАШИ ПОТРЕБИТЕЛИ

«Детский мир» прилагает все усилия для того, чтобы оправдывать высокие ожидания своих покупателей и гарантировать им широкий ассортимент, качество товара и его безопасность.

Доверие и лояльность клиентов — важнейшие составляющие нашего успеха на рынке. Мы прилагаем все усилия для того, чтобы оправдывать высокие ожидания наших покупателей и гарантировать им широкий ассортимент, исключительный сервис, качество товара и его безопасность. Ведь они доверяют нам самое дорогое — счастье своих детей.

Целевой аудиторией Группы компаний «Детский мир» являются семьи со средним уровнем дохода и детьми от 0 до 12 лет. На основании анализа их потребностей и пожеланий к работе магазинов мы определили следующие стратегические направления в рамках построения клиентоориентированной модели бизнеса:

- ◆ обеспечение безопасности товаров для здоровья потребителей;
- ◆ внедрение новой концепции магазинов сети «Детский мир»;
- ◆ обеспечение ценовой доступности товаров и совершенствование взаимодействия с покупателями;
- ◆ диверсификация каналов продаж и развитие сегмента электронной торговли.

Мы гордимся тем, что в 2014 г. нашими покупателями стали 43,3 млн человек и их количество с каждым годом растет.



# 2.1.

## Безопасность товаров для здоровья потребителей

Обеспечение безопасности и качества товаров является нашим ключевым обязательством перед покупателями и в то же время необходимым условием повышения доверия клиентов к магазинам нашей сети.

В Группе компаний «Детский мир» контроль безопасности и качества товаров осуществляется на всех этапах их жизненного цикла: начиная от выбора поставщика, формирования и размещения заказа, а также производства продукции (для поставщиков товаров наших собственных торговых марок (СТМ<sup>1</sup>)) и заканчивая размещением товаров на полках магазинов и обратной связью с потребителями. Мы гарантируем, что все товары, представленные в торговых точках сети и интернет-магазине «Детский мир», являются сертифицированными, а также соответствуют всем применимым нормативным требованиям, стандартам и техническим условиям в области безопасности для жизни и здоровья потребителей.

В рамках системной работы по обеспечению контроля безопасности и качества товаров мы:

- ♦ осуществляем постоянный мониторинг изменения законодательства, появления новых стандартов и добровольных инициатив в данной сфере в странах нахождения наших поставщиков;
- ♦ принимали непосредственное участие в разработке «Стратегии развития индустрии детских товаров на период до 2020 г.» по таким направлениям, как снижение доли контрафактной продукции, увеличение доли российских производителей, формирование инвестиционной политики;
- ♦ обновляем систему внутренней нормативной документации в случае изменения законодательства и требований регуляторов;
- ♦ проводим тестирование эталонных опытных образцов продукции в независимых лабораториях;
- ♦ проводим регулярное обучение сотрудников блока розницы в отношении требований российского

законодательства и внутренней политики Группы в сфере сертификации и обеспечения безопасности продукции.

Процесс контроля качества товаров осуществляется специалистами Отдела сертификации, качества и претензионной работы. В рамках взаимодействия с ведущими международными производителями товаров для детей мы проверяем наличие документации (в частности, протокола испытаний и сертификата ISO 9001:2008), подтверждающей соответствие продукции действующим нормативным требованиям страны-изготовителя и необходимой для получения документов, подтверждающих качество товара в соответствии с законодательством РФ<sup>2</sup>.

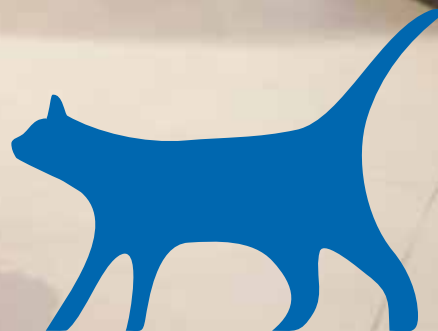
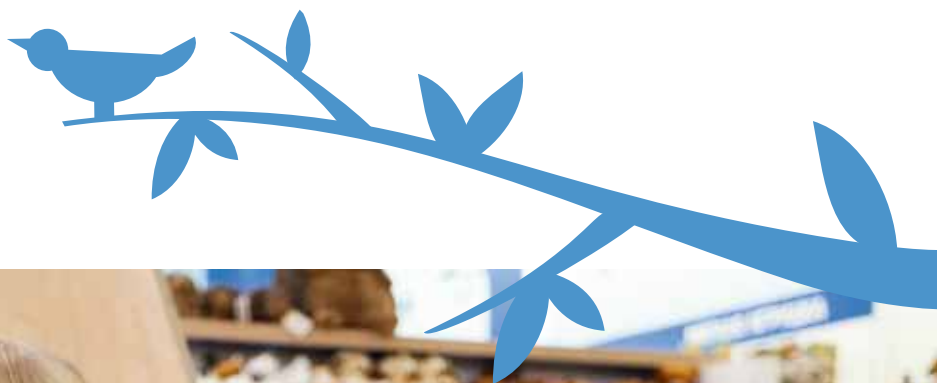
В рамках взаимодействия с производителями продукции собственных торговых марок контроль качества осуществляется на каждом этапе ее жизненного цикла, включая разработку дизайна продукции и тестового образца, производство, реализацию и работу с обращениями потребителей. В этом случае ОАО «Детский мир» самостоятельно осуществляет процесс сертификации.

В целях тестирования опытных образцов, отобранных из партии товара, мы сотрудничаем с независимыми лабораториями на территории России, обладающими необходимой квалификацией и оборудованием.

Если недостатки товара выявляются уже после совершения покупки в процессе его эксплуатации, потребитель может обратиться к нам с претензией по качеству. В этом случае мы направляем товар на экспертизу в испытательную лабораторию, которая по итогам проверки выдает акт о производственном браке. На основе акта поставщик меняет товар на качественный, и покупатель получает замену бракованного товара на новый или, по желанию, возвращаются деньги.

<sup>1</sup> Более подробную информацию о работе с производителями собственных торговых марок Группы компаний «Детский мир» вы можете найти в разделе «Наши поставщики».

<sup>2</sup> Технический регламент Таможенного союза № 008/2011 «О безопасности игрушек», «Правила продажи отдельных видов товаров» (утверждены Постановлением Правительства РФ от 19.01.1998 № 55), Технический регламент Таможенного союза № 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции», Технический регламент Таможенного союза № 007/2011 «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков», Технический регламент Таможенного союза № 025/2012 «О безопасности мебельной продукции».



При обнаружении серьезных претензий к качеству и безопасности предусмотрен возврат поставщику всей партии товара и прекращение с ним каких-либо отношений в будущем. При этом благодаря отлаженному и эффективному процессу контроля безопасности и качества продукции, реализованному в Группе, прибегать к этим мерам приходится крайне редко, в частности, в отчетном периоде не было зафиксировано ни одного такого случая.

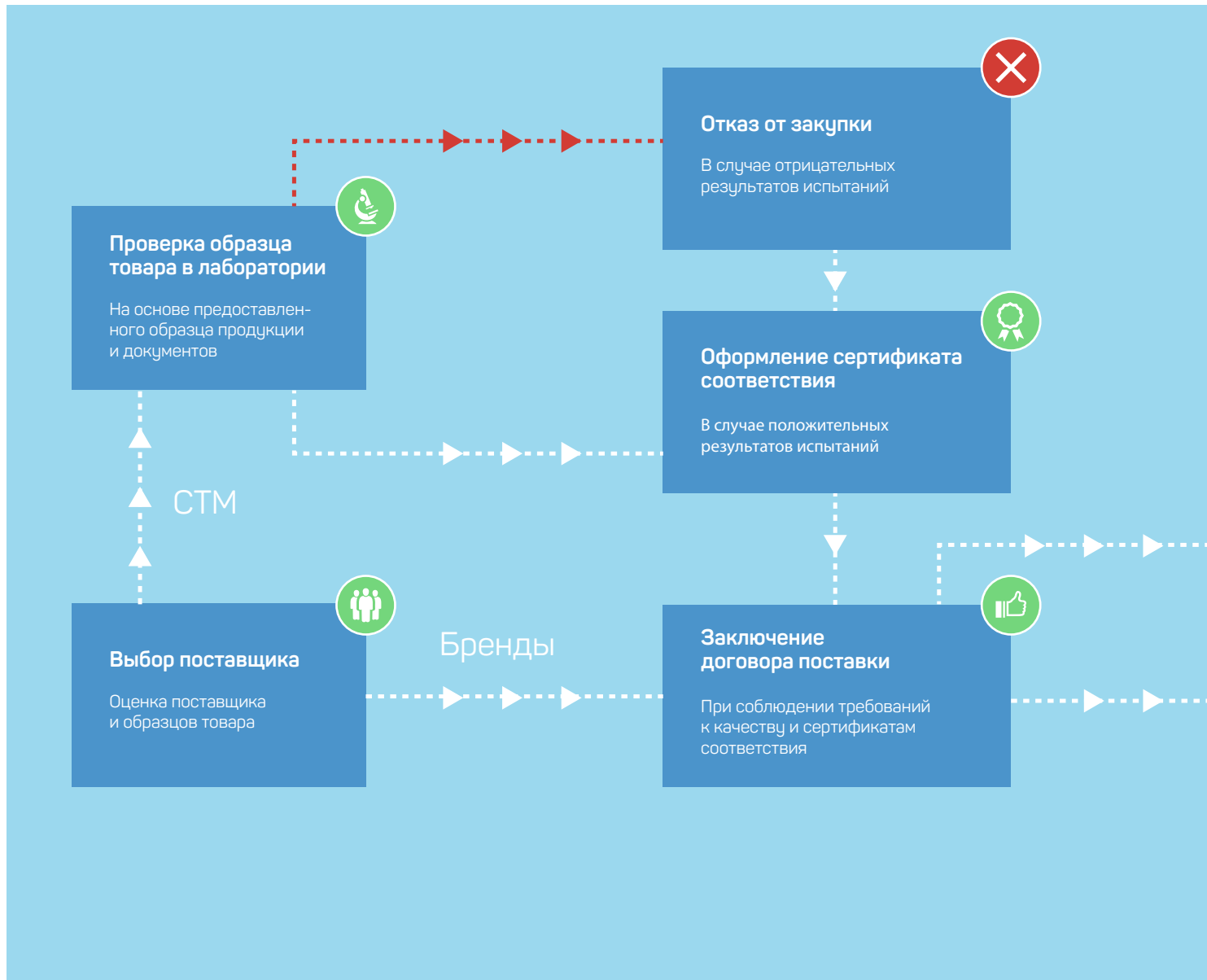
## МАРКИРОВКА ТОВАРОВ

Главной целью маркировки является доведение основных сведений о товаре до потребителей, а также идентификация товара. При разработке маркировки продук-

ции собственных торговых марок мы руководствуемся следующими правилами:

- ♦ доведение до потребителей, продавцов, экспертов и контролирующих органов информации, позволяющей установить соответствие товаров действующим требованиям российского законодательства, в том числе Техническим регламентам Таможенного союза, правилам продажи отдельных видов товаров, закону «О защите прав потребителей», договорам по ассортиментной принадлежности, качеству и безопасности;
- ♦ доведение до заинтересованных сторон всех необходимых сведений о товаре, регламентируемых Федеральным законом «О защите прав потребителей»;

### Процесс контроля безопасности и качества товаров

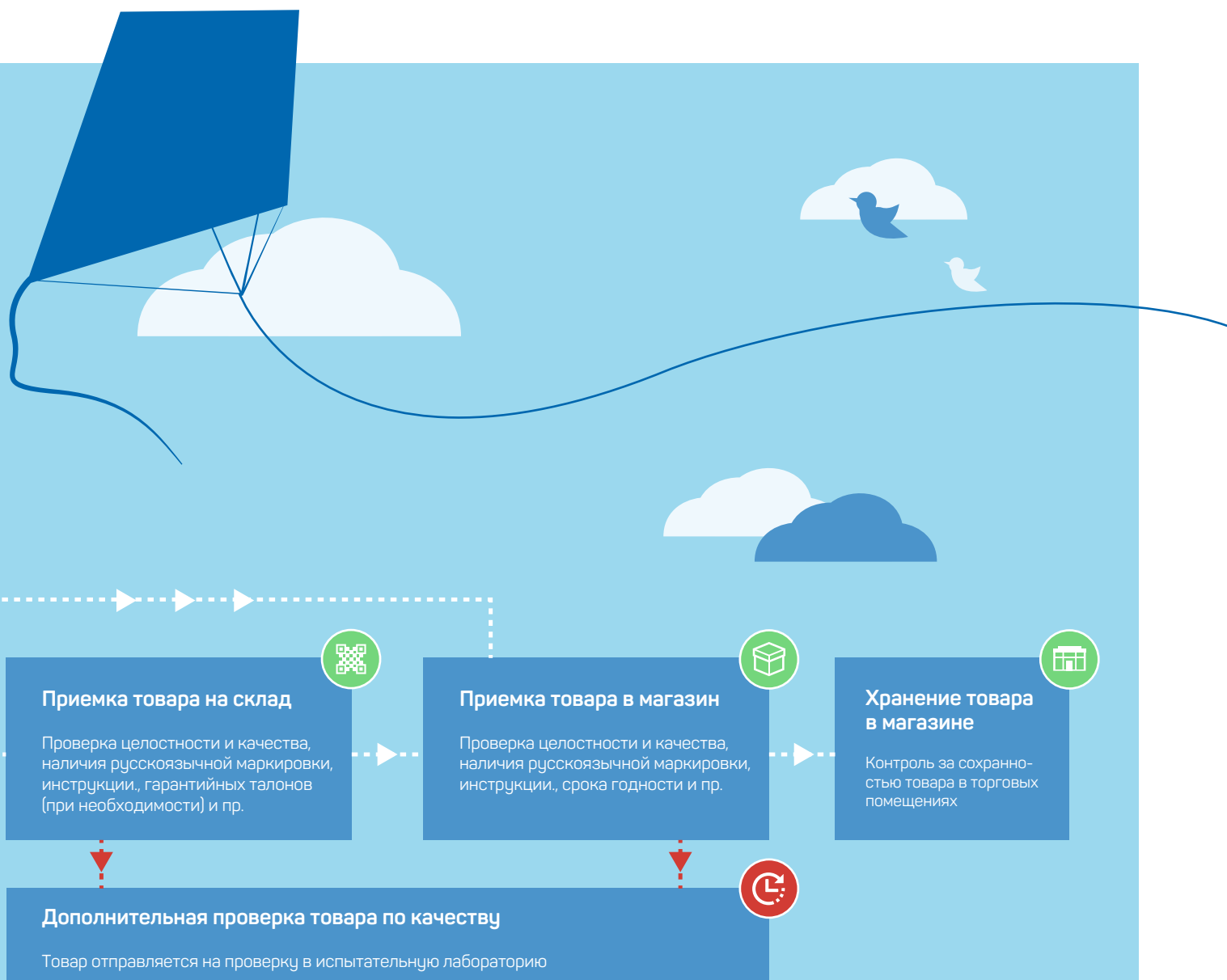


- ◆ привлечение внимания покупателей к товарам и подчеркивание их преимуществ с помощью упаковки и маркировки для увеличения продаж.

Маркировка собственных торговых марок Группы компаний «Детский мир» достоверна, читаема и доступна для осмотра потребителями. Мы включаем в маркировку всю информацию, обязательную в соответствии с нормативными требованиями (страна-изготовитель, дата изготовления, минимальный возраст ребенка и др.). На маркировке игрушек мы также указываем дополнительные сведения и предупредительные надписи, касающиеся безопасной эксплуатации продукции для жизни и здоровья ребенка, например:

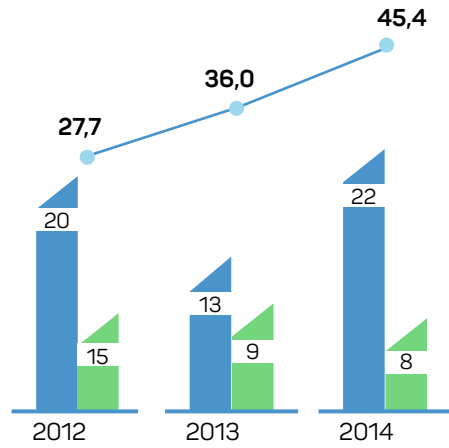
- ◆ для игрушек, предназначенных для самостоятельного передвижения ребенка: «Не использовать игрушку на проезжей части»;
- ◆ для игрушек из поливинилхлорида (ПВХ), предназначенных для купания: «Использовать игрушку только на мелководье и под присмотром взрослых»;
- ◆ для технически сложных радиоуправляемых товаров: «При длительном перерыве в использовании необходимо вынимать батарейки из игрушки», «Избегать попадания на игрушку прямых солнечных лучей» и т. д.

Непосредственным свидетельством эффективности деятельности Группы компаний «Детский мир» в области маркировки товаров служит то, что за отчетный период не было выявлено ни одного случая несоответствия нормативным требованиям в этом отношении.





Соблюдение законодательных требований в части обеспечения безопасности товаров для жизни и здоровья потребителей



- Количество случаев несоответствия, приведших к штрафу или взысканию, шт.
- Количество случаев несоответствия, приведших к предписаниям со стороны Роспотребнадзора, шт.
- Выручка, млрд руб.

## СООТВЕТСТВИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ

Для более эффективного мониторинга соблюдения законодательных требований и взаимодействия с контролирующими органами мы внедрили общую электронную базу, содержащую информацию о сертификатах соответствия и иных документах по качеству для всех товаров нашего ассортимента. В настоящее время база данных создана в Oracle, а с 2015 г. в рамках перехода Группы на единую ИТ-платформу будет переведена на SAP.

Активная работа по обеспечению соблюдения требований законодательства в области безопасности товаров для потребителей позволила Группе добиться значительных успехов в этом направлении. Принимая во внимание темпы роста бизнеса за период 2012–2014 гг., в магазинах «Детский мир» было выявлено незначительное количество нарушений законодательства в области обеспечения безопасности товаров для потребителей.





# 2.2.

## Организация торговых пространств и клиентоориентированный сервис в магазинах

Мы стремимся сделать магазины нашей сети максимально удобными и привлекательными для посетителей. Создание нового концепта торговых пространств, соответствующего потребностям наших покупателей и способствующего росту числа посетителей и трафика, является одним из наших стратегических направлений работы. В рамках разработки подхода к изменению внутреннего устройства и оформления магазинов сети «Детский мир» мы провели количественные исследования и фокус-группы с участием представителей нашей целевой аудитории и выявили два ключевых направления для совершенствования:

- ♦ повышение легкости навигации и удобства торговых пространств;
- ♦ организация процесса покупки детских товаров таким образом, чтобы он одновременно представлял собой совместный досуг с детьми.

Результаты исследований легли в основу нового концепта сети «Детский мир» — системы требований к организации торгового пространства, призванных повысить удобство и привлекательность магазинов для посетителей. Его ключевыми элементами являются:

### Зонирование:

единое интуитивно понятное расположение товарных групп позволяет покупателям легко ориентироваться в торговом зале, что упрощает процесс совершения покупки. Кроме того, во флагманских магазинах предусмотрены интерактивные зоны для детей, что позволяет совместить процесс покупок с развлечением и стимулирует к походу в наши магазины всей семьей.

### Навигация и ширина проходов:

внедрение современных визуальных технологий навигации (например, телевизионных интерактивных панелей), а также четкое выделение широкого центрального прохода и увеличение расстояния между рядами позволяет повысить удобство перемещения по магазину посетителей с колясками.

### Торговое оборудование:

адаптированная высота торговых полок позволяет просматривать практически весь зал из любой точки, что облегчает посетителям ориентирование в торговом пространстве, поиск и выбор товаров.



### Освещение:

использование светодиодного освещения является менее вредным для глаз и обладает повышенной энергоэффективностью по сравнению с ртутными лампами и лампами накаливания. Внедрение современных акцентных световых решений позволяет менять цветовое оформление и концентрировать внимание посетителей на новинках и интересных предложениях.

### Omni-channel:

наличие интерактивных мультисенсорных киосков позволяет оформить доставку на дом или сделать заказ временно отсутствующего в магазине товара.

Сочетание удобства совершения покупок и комплекса развлечений для детей в рамках одной торговой площадки является уникальным для российского рынка детских товаров. Это позволяет нам не только увеличить число посетителей, но и в значительной степени повысить их лояльность к нашему бренду. В магазинах-флагманах площадью более 1,5 тыс. кв. м мы можем разместить несколько крупных интерактивных и развлекательных зон. В небольших магазинах мы применяем упрощенную модель, сокращая количество интерактивных зон,



## ОТКРЫТИЕ ФЛАГМАНСКОГО МАГАЗИНА «ДЕТСКИЙ МИР»

В августе 2014 г. в центре Москвы, на Воздвиженке, в 150 метрах от Кремля, был открыт флагманский магазин «Детский мир» площадью свыше 7 тыс. кв. м, ставший главной торговой площадкой нашего бренда. В этом магазине были реализованы все преимущества нового концепта сети «Детский мир» для покупателей, включая удобную навигацию, широкий ассортимент и 50 интерактивных зон.

Флагманский магазин «Детский мир» также служит площадкой для проведения различных тематических мероприятий для покупателей и бизнес-сообщества. В частности, 29 августа 2014 г. здесь состоялся совместный круглый стол экспертов Роспотребнадзора и Ассоциации предприятий индустрии детских товаров на тему «Качество и безопасность детских товаров». В 2015 г. на территории флагманского магазина запланировано осуществление ряда проектов, включая проведение:

- ◇ экскурсий для школьников и детей из социальных учреждений на тему истории игрушек и «Детского мира»;
- ◇ показов новых модных коллекций одежды и обуви;
- ◇ культурно-исторических выставок;
- ◇ благотворительных ярмарок и др.

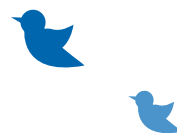
но сохраняя оформление, оригинальную навигацию и зонирование пространства, а также торговое оборудование с использованием экологически чистых материалов.

Наличие развлекательных зон, с одной стороны, облегчает процесс покупок — у взрослых есть возможность выбрать товар, пока дети заняты на развлекательных объектах (горки, лабиринты, тир, мини-кинотеатры и др.). С другой стороны, такие зоны позволяют родителям интересно провести время со своими детьми, превратив поход в магазин в яркое событие. Дизайн и наполнение интерактивных зон разрабатывались совместно с крупнейшими мировыми производителями и отвечают всем требованиям безопасности.

Первым магазином сети «Детский мир», открытым в новом концепте организации торговых пространств в конце 2013 г., стал магазин в ТЦ «Мега Белая Дача» в Москве. Итоги первых трех месяцев его работы доказали эффективность проведенных преобразований: трафик увеличился на 35%. По предварительным оценкам, новый концепт также способствует увеличению времени пребывания посетителей в магазинах в среднем с 30 минут до часа. Магазин в ТЦ «Мега Белая Дача» получил высокую оценку как со стороны покупателей, так и со стороны отраслевого сообщества. В частности, ему была присуждена отраслевая премия «Золотой медвежонок» в номинации «Магазин года».

Начиная с 2014 г. в Группе компаний «Детский мир» все новые торговые точки сети создаются в рамках нового концепта. По итогам 2014 г. ему соответствовали уже более 60 магазинов на территории России, из них 14 флагманов. Постепенно все магазины сети перейдут на такой формат.

Сильное влияние макроэкономических факторов, которое привело к практически повсеместному снижению трафика в российских торговых центрах, а также тот факт, что с начала внедрения нового концепта прошло не так много времени, на данный момент не позволяют количественно оценить эффективность проведенной модернизации. Тем не менее мы расцениваем переход на новый концепт как фактор увеличения таких показателей, как размер среднего чека, количество чеков по сопоставимым магазинам, доля покупателей среди посетителей.



## Количество магазинов, открытых в новом концепте

Показатель	2013	2014
Количество магазинов в новом концепте, в том числе:	1	63
открытых в новом концепте	0	56
реконструированных в новый концепт	1	7
Доля магазинов «Детский мир» в новом концепте от общего количества магазинов сети	< 1%	23%

## КАЧЕСТВО ОБСЛУЖИВАНИЯ И БЕЗОПАСНОСТЬ

Мы стремимся обеспечить в наших магазинах высокий уровень сервиса. Для этого в отчетном периоде мы обновили стандарты качества обслуживания посетителей и ввели ежемесячную оценку сотрудников магазинов на предмет исполнения этих стандартов. В качестве одного из инструментов такой оценки мы используем метод «таинственного покупателя».

Мы заботимся о безопасности наших посетителей. В магазинах выполняются все требования пожарной безопасности, а при открытии каждого нового торгового

объекта специально проектируются системы пожаротушения и дымоудаления. Все отделочные строительные материалы имеют сертификат безопасности и гигиенический сертификат. В декорировании флагманских магазинов в том числе используется экологичная деревянная фанера.

Большинство магазинов оснащено пандусами для посетителей с колясками и инвалидов, в многоэтажных магазинах предусмотрены лифты.



# 2.3.

## Обеспечение доступности товаров и совершенствование клиентской поддержки

Реализация политики доступных цен в массовом сегменте и предложение самого разнообразного ассортимента товаров для наших покупателей является одной из стратегических задач Группы компаний «Детский мир» и соответствует принципам ответственного отношения к потребителям.

В 2013 г. мы поставили перед собой задачу изменить отношение покупателей к нашему бренду: сеть магазинов «Детский мир» воспринималась частью потребителей как компания с ценами выше среднерыночных. Для этого мы решили пересмотреть механизм ценообразования на некоторые категории товаров, а также сделать акцент на ценовой доступности бренда при его позиционировании.

Основным шагом, предпринятым нами в рамках выбранного курса, стало осознанное снижение цены в категории «Товары для новорожденных». Мы сделали наценку на товары этой категории минимальной, что позволило нам конкурировать с предложением гипермаркетов. Дополнительным преимуществом магазинов сети «Детский мир» перед гипермаркетами стало удобство их

расположения в черте города и широкий ассортимент. В результате нам удалось повысить трафик и лояльность покупателей: приобретая товары этой категории у нас, они остаются с брендом «Детский мир» на протяжении всего времени взросления их ребенка.

Мы придерживаемся принципа единого ценообразования и ассортимента товаров во всех магазинах сети независимо от региона, в котором они расположены. Для этого мы проводим ряд мероприятий по оптимизации внутренних бизнес-процессов, ведем активный диалог с поставщиками, развиваем онлайн-каналы продаж. Гарантировать ценовую доступность товаров для покупателей нам также позволяют следующие механизмы:

- ♦ увеличение доли в ассортименте отечественных товаров, средняя цена которых ниже импортных при сопоставимом уровне качества (в 2013 г. она составляла 18%, в 2014 г. — 21,5%);
- ♦ развитие собственных торговых марок, позволяющих нам предлагать товары по ценам ниже уровня рынка за счет исключения дополнительных наценок со стороны компаний-производителей;



### УЧАСТИЕ ГРУППЫ КОМПАНИЙ «ДЕТСКИЙ МИР» В ПРОГРАММЕ ПОДДЕРЖКИ СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ

Группа компаний «Детский мир» участвует в региональной программе поддержки семей с детьми в Санкт-Петербурге. В рамках программы семьи получают дотации, которые зачисляются на социальные карты. Оплата по социальной карте может быть произведена только в магазинах, участвующих в программе и гарантирующих минимальную наценку на покупки по социальным картам. В 2015 г. мы планируем принять участие в программе помощи малообеспеченным семьям с детьми в Москве.



- ◇ проведение акций, разработка специальных предложений для постоянных покупателей и регулярные сезонные распродажи;
- ◇ предоставление 3%-й скидки на товары в Московском регионе при предъявлении «Социальной карты москвича».

## ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ

Со второй половины 2011 г. в магазинах «Детский мир» действует программа лояльности — бонусная программа «YOYO». Она позволяет накапливать на бонусной карте 5% стоимости покупки. Для многодетных семей размер бонуса составляет 7%. Накопленными баллами можно оплачивать до 20% стоимости покупок, за исключением определенных категорий товаров и товаров, участвующих в акциях и специальных предложениях.

В 2012 г. программа лояльности была масштабирована на всю сеть магазинов «Детский мир» в России, в результате чего за 2013 г. доля лояльных покупателей в товарообороте составила 70%. В 2014 г. этот показатель немного снизился (до 65%) ввиду роста количества новых клиентов на 20% и по причине того, что мы сосредоточили свои усилия на сборе и обработке качественной информации по уже существующим лояльным клиентам с целью разработки для них новых интересных предложений, акций и кобрендинговых проектов.

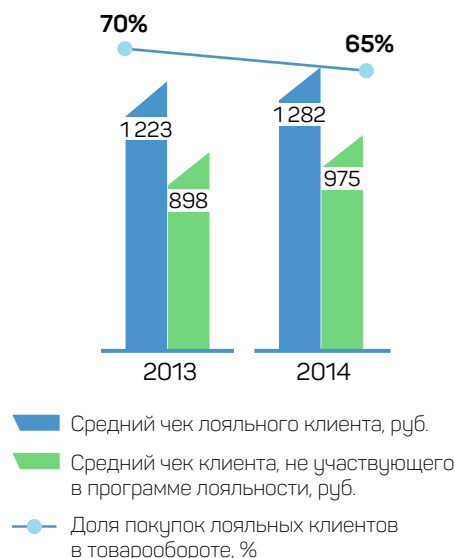
Эффективность нашей программы лояльности подтверждается большим размером среднего чека лояльных клиентов, который на 30% выше, чем у покупателей, не оформивших бонусную карту.



## ДОБРОСОВЕСТНАЯ РЕКЛАМА

В целях своевременного информирования наших покупателей о действующих акциях, специальных предложениях и распродажах, а также о новых и интересных товарах, поступивших в наши магазины, мы используем различные каналы коммуникации, ключевыми из которых являются телевидение и собственная рекламная газета сети, распространяемая раз в две недели по поч-

## Результаты реализации программы лояльности



товым ящикам. Кроме того, действует рассылка по СМС и электронной почте. С конца 2014 г. мы проводим сегментированную рассылку, учитывающую интересы покупателей за счет анализа заполненных анкет и истории покупок.

Вся рекламная продукция Группы компаний «Детский мир» перед выпуском проходит согласование с юридическим отделом. Основные принципы, которые мы используем при подготовке наших рекламных материалов, — это открытость, честность и соблюдение законодательных требований. В результате в 2013–2014 гг. в Группе не было зафиксировано ни одного случая несоответствия нормативным требованиям, касающимся маркетинговых коммуникаций.

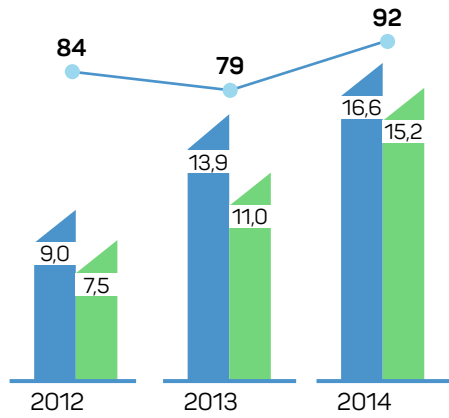
## МЕХАНИЗМЫ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

В Группе действует эффективный механизм обратной связи, предоставляющий всем желающим возможность связаться с нами и сообщить претензию по следующим каналам<sup>1</sup>:

- ◇ отзыв на Яндекс.Маркет;
- ◇ форма «Обратная связь» на сайте интернет-магазина;
- ◇ карточка товара на сайте интернет-магазина;
- ◇ телефонный звонок на горячую линию;
- ◇ отзывы в социальных сетях;
- ◇ электронная почта [shop@detmir.ru](mailto:shop@detmir.ru).

<sup>1</sup> Под претензией понимаются все зарегистрированные обращения, полученные от клиентов и подразумевающие ответ.

### Количество поступивших и обработанных обращений



- Количество обращений, поступивших в течение периода, тыс. шт.
- Количество обработанных обращений на конец года, тыс. шт.
- Доля обработанных обращений на конец года, %

Все поступившие претензии регистрируются в единой системе «Обратная связь» и направляются на обработку к профильным специалистам. В 2014 г. мы усовершенствовали процесс передачи обращений между подразделениями Группы. В частности, сотрудникам профильных подразделений был предоставлен доступ в систему «Обратная связь» для быстрого реагирования на запросы и контроля ситуации с обращениями по таким темам, как «отказ от рассылок», «вопросы по бонусной программе», «вопросы по подарочным картам и подарочным сертификатам».



# 2.4.

## Онлайн-каналы продаж

Диверсификация каналов продаж и развитие сегмента электронной торговли являются важными условиями повышения доступности товаров «Детского мира» для потребителей. Обеспечение гибкости при выборе канала совершения покупки — одно из требований современных покупателей, поэтому мы ставим перед собой задачу активного развития онлайн-торговли и увеличения доли продаж через интернет-магазин, онлайн-приложение и интерактивные мультисенсорные киоски.

Мы стремимся стать одним из крупнейших игроков онлайн-рынка детских товаров, поэтому уделяем большое внимание развитию интернет-магазина как действенного канала продаж и повышению его удобства для пользователей. К основным преимуществами этого канала можно отнести:

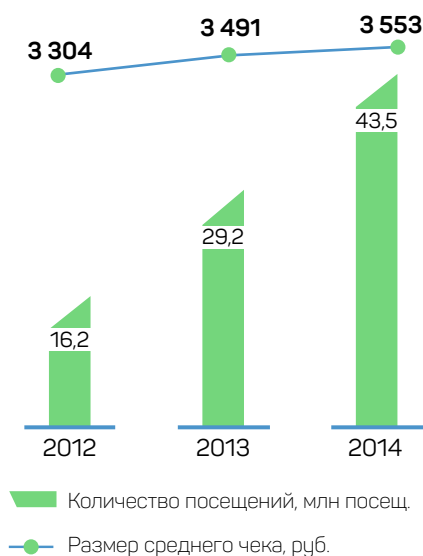
- ♦ доступ к более широкому ассортименту товаров по сравнению с «малыми форматами» офлайн-магазинов (за 2014 г. ассортимент интернет-магазина был расширен с 3,5 до 15 тыс. единиц);
- ♦ возможность вернуть товар, купленный в интернет-магазине, в любом розничном магазине сети;
- ♦ возможность получать баллы в рамках единой с офлайн-каналом бонусной программы и др.

В конце 2014 г. мы также предложили своим покупателям возможность забрать товар, приобретенный в интернет-магазине, в розничном магазине сети. К середине 2015 г. эта функция будет доступна во всех магазинах сети «Детский мир».

Интернет-магазин «Детский мир» развивается активными темпами: в 2013 г. мы достигли точки безубы-

точности, а в 2014 г. — практически двукратного роста выручки (с 227 млн руб. до 444 млн руб.). Согласно исследованию аналитического агентства «РБК», в 2012 г. интернет-магазин сети «Детский мир» в рейтинге крупнейших интернет-магазинов, реализующих товары для детей, занял второе место, опередив все специализированные интернет-магазины. Эффективность интернет-магазина «Детский мир» подтверждается также уверенным ростом количества посещений и увеличением среднего чека.

Количество посещений и размер среднего чека в интернет-магазине [www.detmir.ru](http://www.detmir.ru)



# 3

## НАШИ ПОСТАВЩИКИ

Поставщиками Группы компаний «Детский мир» являются более 500 компаний из 21 страны мира. В 2014 году объем закупок детских товаров составил 27,6 млрд руб.





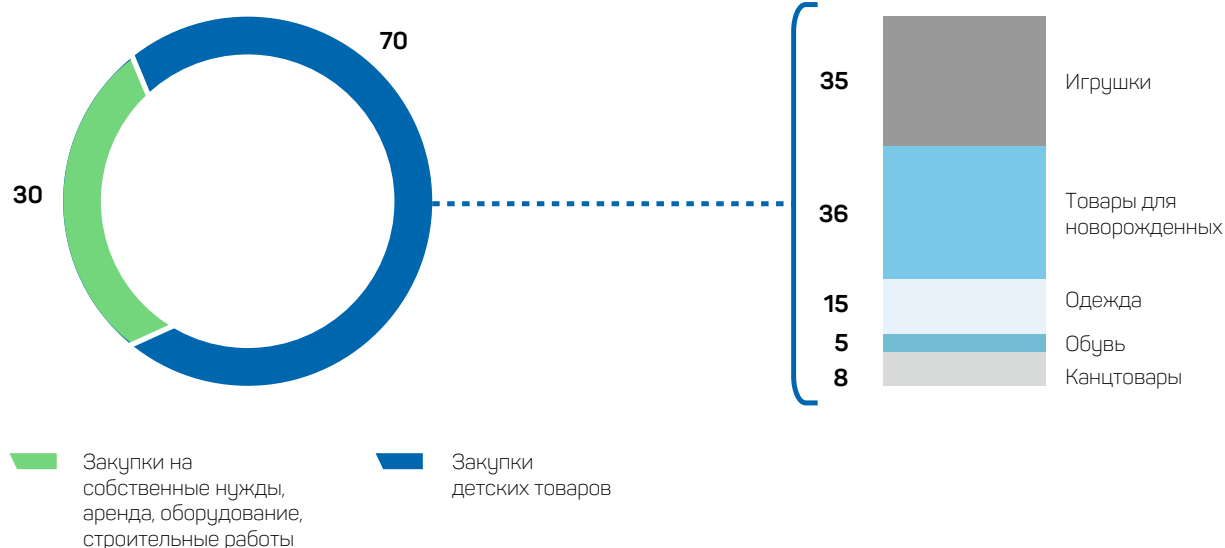
Группа компаний «Детский мир» является крупнейшим в России и СНГ оператором торговли детскими товарами. В магазинах нашей сети представлено около 40 тыс. наименований. Сегодня нашими поставщиками являются более 500 компаний из 21 страны мира: России, Китая, Индии, Гонконга, Нидерландов, Германии и др. В 2014 г. объем закупок детских товаров Группой составил более 27,6 млрд руб.

Мы стремимся расширять сотрудничество с российскими производителями детских товаров: доля отечественной продукции, представленной в магазинах сети, продолжает расти. В ближайшие годы мы планируем довести этот показатель с 21,5% в 2014 г. до 25%. Чтобы гарантировать нашим потребителям высокое качество и широкий ассортимент товаров российского производства, мы оказываем консультационную и организационную поддержку поставщикам в сфере планирова-

ния объема производства, закупки сырья, материалов и оборудования, развития логистики, оптимизации бизнес-процессов.

С учетом масштабов и отраслевых особенностей нашей деятельности эффективное управление цепочкой поставок и построение долгосрочных партнерских взаимоотношений с поставщиками являются одними из ключевых направлений работы Группы компаний «Детский мир». В 2013–2014 гг. мы сосредоточились на совершенствовании системы закупок и подходов к взаимодействию с поставщиками. Мы начали сотрудничать с крупными производителями, специализирующимися на определенной категории товаров, а также заключать прямые контракты с ними, значительно сократив долю дистрибьюторов. Это позволило нам существенно оптимизировать закупочные цены, улучшить управление ассортиментом и повысить контроль качества товаров.

Структура закупок Группы в 2014 г., %



### РАБОТА С ОТЕЧЕСТВЕННЫМИ ПОСТАВЩИКАМИ: КОНКУРС ШКОЛЬНОЙ ФОРМЫ

В 2014 г. Министерством промышленности и торговли РФ при участии Министерства науки и образования РФ был организован конкурс «Школьная форма». В конкурсе приняли участие российские дизайнеры одежды, выпускники профильных вузов, российские производители школьной формы, творческие коллективы швейного профиля. Наградой для победителей конкурса в каждой из номинаций стал контракт с ОАО «Детский мир» на производство и закупку комплектов школьной формы для 20 флагманских магазинов, которая поступит в продажу в 2015 г.

# 3.1.

## Система взаимодействия с поставщиками

### ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ

Мы активно развиваем собственные торговые марки в сотрудничестве с крупными российскими и зарубежными производителями. Продажа товаров под такими марками дает нам возможность принимать непосредственное участие в формировании ассортимента, контролировать ценообразование, соблюдение требований к качеству товаров и безопасности материалов, из которых они производятся, а также значительно сократить цикл оборачиваемости товарных запасов. В свою очередь, производители товаров СТМ выигрывают за счет стабильного уровня заказов, сокращения расходов на брендинг и логистику. Все это позволяет одновременно достичь более высокой маржинальности и более выгодного ценового предложения для наших клиентов. Мы стимулируем интерес покупателей, предлагая им постоянное обновление ассортимента.

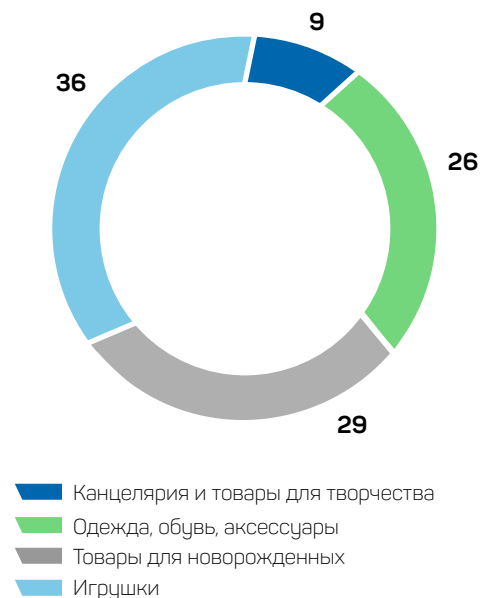
Наибольшая доля товаров собственных торговых марок «Детского мира» представлена в категориях «одежда» и «обувь», где она составляет 60–70%. В категории «игрушки» большую долю представляет продукция крупных мировых брендов.

### ФОРМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПОСТАВЩИКАМИ

Группа компаний «Детский мир» стремится выстраивать надежные и долгосрочные отношения с поставщиками. Для этого мы на регулярной основе:

- ♦ реализуем совместные маркетинговые исследования и проекты по ассортиментному планированию и мерчандайзингу;
- ♦ обсуждаем с производителями планируемые новинки на этапе разработки, что позволяет нам составлять лучшие коллекции и первыми получать самые актуальные товары;

Товарооборот сети магазинов «Детский мир» по категориям товаров в 2014 г., %



- ♦ оформляем в торговых залах интерактивные стенды поставщиков, с помощью которых наши партнеры получают возможность презентовать и продвигать свой бренд и товар;
- ♦ принимаем активное участие в конференциях и выставках поставщиков (например, в ежегодной выставке «Мир детства»).

### МИНИМИЗАЦИЯ ВАЛЮТНЫХ РИСКОВ

Сектор розничной торговли традиционно отличается высокой чувствительностью к изменениям курса национальной валюты, в первую очередь в отношении закупок товаров и услуг зарубежных производителей. В связи с высокой волатильностью курса российского рубля во второй половине 2014 г. мы предприняли ряд

шагов по минимизации валютных рисков, чтобы гарантировать оптимальную цену для наших покупателей, в частности:

- ♦ перевели договоры аренды в российскую валюту либо зафиксировали курс иностранной валюты;
- ♦ провели переговоры с крупнейшими поставщиками и достигли договоренности о льготных условиях договоров;

- ♦ продолжили развитие сотрудничества с отечественными поставщиками (в 2014 г. доля закупок у отечественных поставщиков составила 21,5%, в 2015 г. планируется ее увеличение до 25%);
- ♦ продолжили в 2015 г. заключение части договоров с иностранными поставщиками товаров с оплатой в рублях.

**500** РОССИЙСКИХ  
И ЗАРУБЕЖНЫХ  
КОМПАНИЙ  
ЯВЛЯЮТСЯ ПОСТАВЩИКАМИ  
ГК «ДЕТСКИЙ МИР»



# 3.2.

## Управление закупочной деятельностью

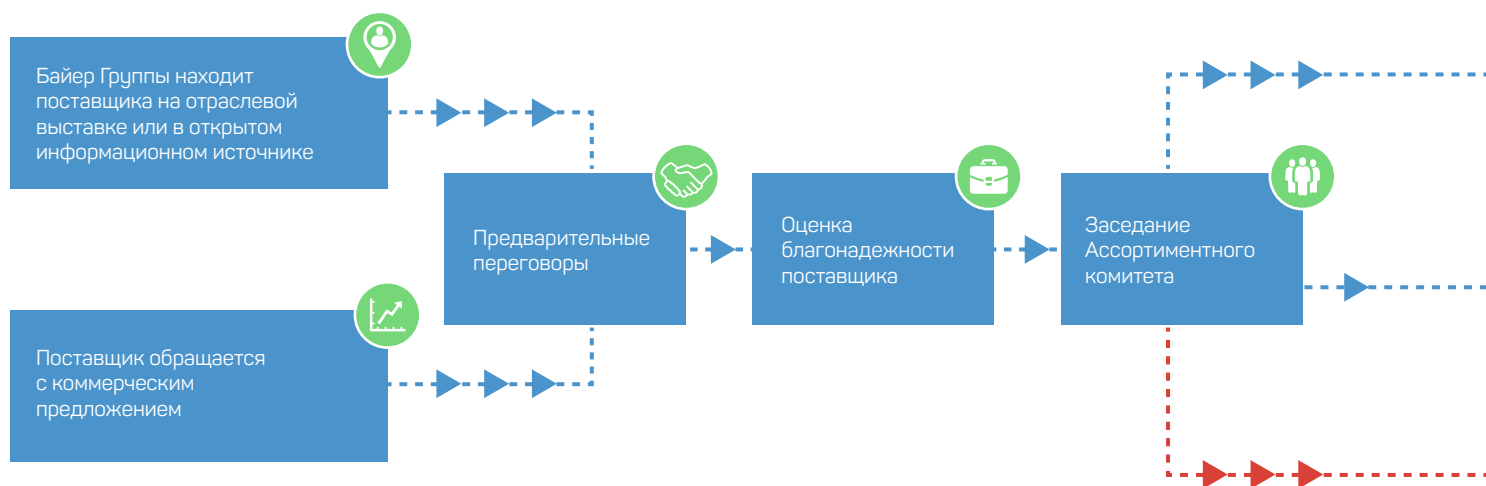
Планирование объемов закупок товаров Группой компаний «Детский мир» осуществляется по каждой категории на основе ассортиментных матриц, соответствующих ассортиментной политике Группы и отражающих перечень всех товарных позиций. При формировании матриц учитываются результаты исследований категорийного менеджмента, мониторинга ассортимента конкурентов, а также модные тенденции и важные события в мире кино и развлечений. На основании данной аналитики мы пересматриваем условия сотрудничества с текущими и заключаем контракты с новыми поставщиками.

Начало деловых отношений Группы компаний «Детский мир» с новым поставщиком осуществляется в соответствии с регламентом «Поиск нового товара и поставщика» (см. рисунок «Типовой процесс заключения договора на поставку с новым поставщиком»). Часть

поставщиков самостоятельно обращаются к нам с коммерческими предложениями, другая часть — привлекаются нашими байерами на отраслевых выставках и в открытых информационных источниках. Ротация и отбор новых поставщиков осуществляются на постоянной основе в течение всего года.

Важным этапом процесса выбора и согласования поставщика является заседание Ассортиментного комитета — кроссфункционального органа, объединяющего экспертов разных отделов ОАО «Детский мир» (в частности, Коммерческую дирекцию, Отдел сертификации, Департамент маркетинга и т. д.). Ассортиментный комитет уполномочен принимать стратегические решения об утверждении новых поставщиков, изменении условий взаимодействия с текущими поставщиками, модификации ассортиментной матрицы и др.

Типовой процесс заключения договора на поставку с новым поставщиком





Чтобы обеспечить постоянное наличие товаров на полках, нам необходимо иметь максимальный контроль над товарными запасами. Поэтому на будущие периоды мы ставим перед собой задачу по повышению централизации закупочной деятельности. В 2014 г. 26% товара проходило через центральный склад Группы в Крекшино (Московская область), а 73% поставлялись напрямую дистрибьютерами. В мае 2014 г. мы запустили проект по строительству собственного логистического комплекса в Московской области (дер. Бекасово, Наро-Фоминского района) площадью 70 тыс. кв. м. Открытие собственного

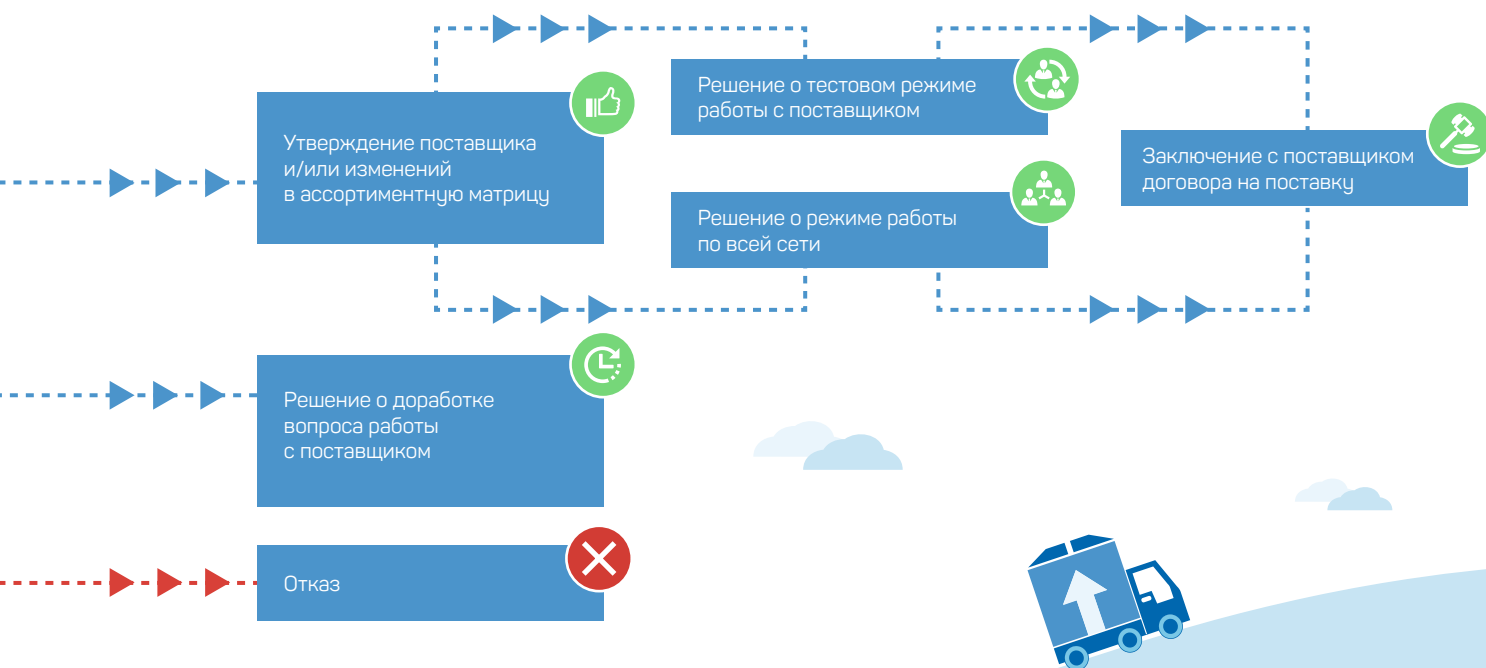
распределительного центра позволит Группе в течение нескольких лет увеличить долю товарооборота, проходящего через склад (планируемое значение составляет около 80%), что поможет нам ликвидировать «стокауты» (отсутствие товара на полке) и создать хорошую логистическую платформу для дальнейшего масштабирования бизнеса.

Открытие логистического центра позволит в ближайшие годы создать до 2 000 рабочих мест в Московской области и будет содействовать формированию дорожной и социальной инфраструктуры.



## ВНЕДРЕНИЕ ЕДИНОЙ ИТ-ПЛАТФОРМЫ

В отчетном периоде в рамках нашей новой стратегии по повышению операционной эффективности мы проводим мероприятия по автоматизации бизнес-процессов, которые затронули в том числе и закупочную деятельность. Во второй половине 2013 г. мы приступили к интеграции единой платформы SAP, которая после полного внедрения будет включать в себя SAP merchandising (управление ассортиментом), SAP Forecasting and Replenishment (планирование и заказ), SAP EWP (управление складом), POS Data management (анализ данных с места продаж). С помощью единой ИТ-платформы, способной обслуживать до 600 магазинов, мы сможем получать полную аналитику по результатам продаж каждой торговой точки, что позволит эффективно управлять как отдельно взятым магазином, так и бизнес-процессами в целом.





### ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ КОРРУПЦИИ В ЗАКУПНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Низкий уровень коррупции в закупках является важным фактором повышения эффективности деятельности компании. В связи с этим мы на регулярной основе оцениваем риски, связанные с коррупцией, проверяем наших партнеров и соискателей на штатные должности, внедряем в практику стандарты и процедуры, направленные на обеспечение добросовестной работы Группы компаний (Кодекс этики, Антикоррупционная политика, Политика управления конфликтом интересов), и отслеживаем их выполнение.

В отчетном периоде мы провели проверки Департамента строительства и эксплуатации, Департамента маркетинга и Департамента логистики на предмет соблюдения принципа добросовестных закупок и выявили шесть случаев, имеющих признаки коррупции. Сотрудники, причастные к коррупционным схемам, были уволены. Для предупреждения подобных ситуаций в дальнейшем мы разрабатываем программы обучения сотрудников антикоррупционным стандартам и нормам и ведем мониторинг эффективности принимаемых нами мер.

### УПРАВЛЕНИЕ СОБСТВЕННЫМИ ЗАКУПКАМИ

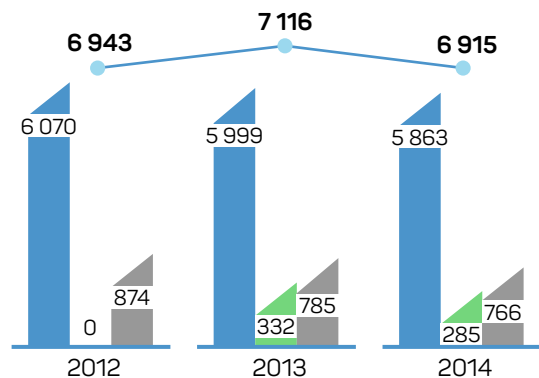
Осуществление закупок товаров и услуг для собственных нужд является одним из важных направлений работы в части оптимизации и повышения эффективности бизнес-процессов. В основном такие закупки включают в себя аренду, поставки оборудования для магазинов и складов, строительные-монтажные работы, маркетинг и рекламу, транспортные услуги. Около 95% закупок для собственных нужд приходится на российских поставщиков. Остальные 5% поставляются из-за рубежа в связи с отсутствием отечественных аналогов необходимых товаров.

# 4

## НАШИ СОТРУДНИКИ

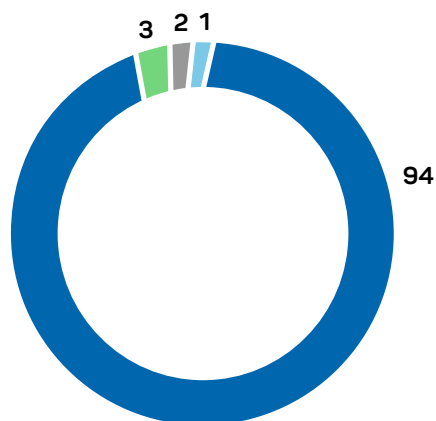
Сотрудники Группы компаний «Детский мир» — наш ключевой актив, основа внутренней стабильности и дальнейшего развития.



Количество сотрудников Группы в разбивке по категориям<sup>1</sup>

- Розничные магазины, чел.
- Распределительный центр, чел.
- Центральный и региональные офисы, чел.

Распределение сотрудников по компаниям Группы в 2014 г., %



- ОАО «Детский мир»
- Розничная сеть ELC
- ТОО «Детский мир – Казахстан»
- ООО «Детская галерея «Якиманка»

ОКОЛО  
**7000**  
СОТРУДНИКОВ

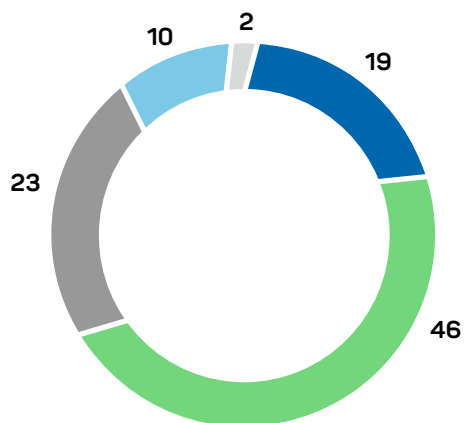
**82 %**  
СОТРУДНИКОВ –  
ЖЕНЩИНЫ



<sup>1</sup> Здесь и далее данные о количестве сотрудников представлены на основе среднесписочной численности.

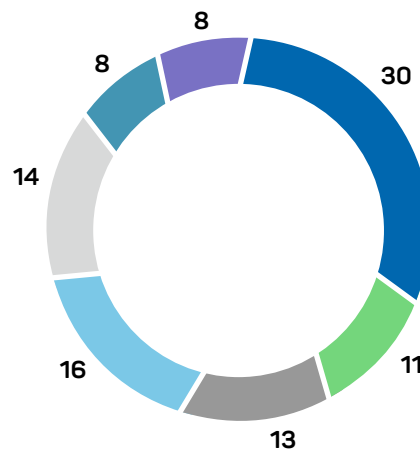


Распределение сотрудников Группы по возрасту в 2014 г., %



- до 25
- 25–34
- 35–44
- 45–54
- от 55

Распределение сотрудников розницы ОАО «Детский мир» по региональным отделениям (РО) в 2014 г., %



- Дивизион Москва
- РО Северо-Запад
- РО Урал
- РО Центр
- РО Поволжье
- РО Юг
- РО Сибирь

**85 %**

РАБОТАЮТ  
В РОЗНИЦЕ

**32 ГОДА**

СРЕДНИЙ  
ВОЗРАСТ



Сотрудники Группы компаний «Детский мир» — наш ключевой актив, основа внутренней стабильности и дальнейшего развития. Мы активно внедряем лучшие

практики в области управления персоналом, чтобы создать максимально комфортные условия труда для сотрудников и реализовать их потенциал.

# 4.1.

## Подход к управлению персоналом

Одним из ключевых приоритетов Группы в области управления персоналом является создание сплоченной и эффективной команды профессионалов, приверженной высоким стандартам качества работы и объединенной общим стремлением внести вклад в развитие нашей компании.

На протяжении 2012–2014 гг. мы реализовали ряд мер по повышению производительности труда сотрудников и, как следствие, эффективности работы всей компании. С 2012 г. количество магазинов Группы увеличилось на 50%, а число сотрудников оставалось практически на одном уровне — около 7 000 человек. Автоматизация бизнес-процессов и внедрение нового программного обеспечения позволили нам сократить время совершения операций и трудозатраты сотрудников, приходящиеся на один бизнес-процесс, а также оптимизировать численность сотрудников. Данные меры привели к росту выручки на одного сотрудника Группы при одновременном снижении доли затрат на персонал.

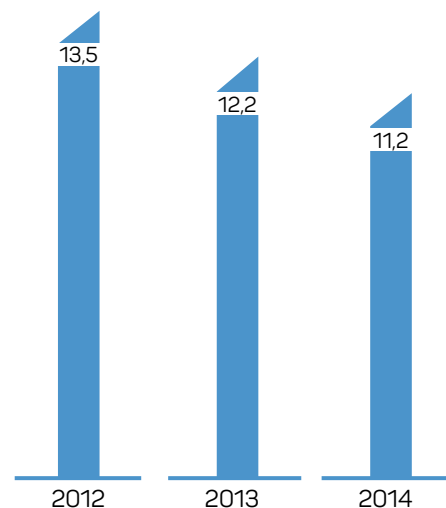
**25 %**

ВАКАНСИЙ НА РУКОВОДЯЩИЕ  
ДОЛЖНОСТИ ЗАКРЫВАЕТСЯ  
ЗА СЧЕТ ВНУТРЕННЕГО  
КАДРОВОГО РЕЗЕРВА

В рамках стратегии управления персоналом в отчетном периоде мы также реализовали программы и мероприятия, направленные на:

- ◆ разработку и внедрение новой системы мотивации и оплаты труда;
- ◆ внедрение регулярной оценки профессиональных знаний и формирование кадрового резерва;
- ◆ категорирование линейных должностей по результатам оценки профессиональных знаний;
- ◆ развитие корпоративной культуры;
- ◆ оценку вовлеченности сотрудников и проведение мероприятий по ее повышению;
- ◆ формирование программ социальной защиты работников.

Доля фонда оплаты труда (ФОТ) в выручке<sup>1</sup>, %



<sup>1</sup> Данные по компании ОАО «Детский мир».

# 4.2.

## Подбор персонала

Отлаженный и учитывающий специфику Группы процесс подбора персонала важен для растущей компании. В процессе поиска новых сотрудников мы принимаем во внимание не только наличие профессиональных навыков и знаний у кандидатов, но также стремимся привлечь в компанию людей, разделяющих ее ценности и стандарты работы.

При открытии новых вакансий преимущественным правом пользуются наши сотрудники, поскольку они обладают пониманием внутренних бизнес-процессов. В отчетном периоде для замещения руководящих позиций за счет персонала Группы был сформирован кадровый резерв, куда входят сотрудники розничных магазинов, выполняющие установленные КПЭ и показавшие высокие результаты во время оценки профессиональных знаний. На текущий момент 25% возникающих вакансий на руководящие должности розницы мы закрываем за счет сотрудников кадрового резерва и планируем постепенно увеличивать эту долю.

С 2013 г. мы развиваем взаимодействие с торговыми колледжами Москвы, приглашая студентов пройти практику в розничных магазинах «Детский мир» в должностях, относящихся к категории линейных сотрудников. Студенты, хорошо проявившие себя на практике, получают возможность продолжить работать с нами уже в составе штатного персонала. В 2013 г. был подписан первый договор о сотрудничестве с торговым колледжем Москвы, а в 2014 г. мы сотрудничали уже с четырьмя такими учреждениями.



### ПРОГРАММА СТАЖИРОВКИ «ПРОДВИЖЕНИЕ»

В 2014 г. в ОАО «Детский мир» под брендом программы АФК «Система» «Лифт в будущее» стартовала программа подготовки молодых менеджеров и кадрового резерва «ПРОдвижение». В рамках программы студенты последних курсов и выпускники ведущих вузов получили возможность пройти годовую стажировку в четырех подразделениях ОАО «Детский мир» (по три месяца в каждом) с возможностью дальнейшего трудоустройства в компании.

Заявки на участие в программе подали 290 человек, из которых 45 прошли первые этапы отбора и были допущены к тестированию. По итогам финального этапа, проводившегося в ассессмент-центре ОАО «Детский мир» и включавшего в себя собеседования с ответственными менеджерами, были отобраны четыре кандидата для участия в программе.

Молодым специалистам была предложена конкурентоспособная компенсация выше, чем у глобальных FMCG-компаний. Обучение проводилось менеджерами-наставниками.

# 4.3.

## Обучение и профессиональное развитие сотрудников



### ЦЕНТР ОБУЧЕНИЯ И УЧЕБНЫЙ ПОРТАЛ

Группа компаний «Детский мир» имеет собственный центр обучения, который самостоятельно разрабатывает обучающие курсы и проводит обучение сотрудников розничных магазинов и территориальных управляющих с использованием как дистанционного, так и очного формата. Преподаватели учебного центра являются нашими штатными сотрудниками.

В отчетном периоде был запущен учебный портал, который позволил нам автоматизировать ключевые бизнес-процессы корпоративного учебного центра, связанные с подбором, оценкой, тестированием и обучением персонала, а также систематизацией и хранением знаний. Внедрение системы WebTutor и ее интеграция с основными элементами ИТ-инфраструктуры, включая систему учета персонала, позволило сократить затраты на обучение при повышении его эффективности.

Мы убеждены, что инвестиции в обучение и развитие сотрудников способствуют повышению квалификации и улучшению понимания сотрудниками своих обязанностей, что ведет к росту производительности труда и улучшению качества обслуживания покупателей. Построенная в Группе компаний «Детский мир» система обучения нацелена на последовательное повышение профессиональной квалификации и развитие основных компетенций всех наших сотрудников.

В отчетном периоде удалось значительно повысить эффективность системы обучения благодаря следующим ключевым изменениям:

- ♦ внедрению регулярной оценки профессиональных знаний;
- ♦ категорированию сотрудников розничных магазинов по результатам оценки, что повысило заинтересованность персонала в успешном прохождении обучения и оценки;
- ♦ созданию автоматизированного учебного портала на базе системы WebTutor.



## ПОДХОД К ОБУЧЕНИЮ СОТРУДНИКОВ РОЗНИЦЫ И ЦЕНТРАЛЬНОГО ОФИСА

Особое внимание мы уделяем обучению сотрудников розницы, входящих в состав Департамента управления торговли — основного бизнес-образующего подразделения Группы. Для каждой категории сотрудников розницы предусмотрено регулярное прохождение бесплатных курсов повышения квалификации на основе матрицы обязательного обучения. В нее входят как курсы обучения техническим навыкам для линейных сотрудников (например, «Приемка товара»), так и курсы повышения управленческой квалификации для администрации (например, курс «Управление персоналом»). Обучение сотрудников розничных магазинов и территориальных управляющих проводится во входящем в структуру Группы учебном центре.

Сотрудники центрального офиса проходят обучение в корпоративном университете АФК «Система» в соответствии с планами индивидуального развития<sup>1</sup> или по запросу руководителей функциональных подразделений. Для сотрудников центрального офиса предусмотрены следующие виды обучения:

- ◆ среднесрочное обучение (1–2-недельные курсы);
- ◆ краткосрочные профильные курсы для актуализации знаний в таких областях, как финансы и юриспруденция;
- ◆ долгосрочное обучение (МВА и другие курсы), предполагающее заключение договора ученичества, по которому сотрудники обязуются отработать в компании не менее одного года после завершения курса обучения, полностью оплачиваемого Группой компаний «Детский мир».

### Система обучения для сотрудников офиса и розничных магазинов ОАО «Детский мир»

	Сотрудники центрального офиса	Сотрудники розничных магазинов	
		Административный персонал	Линейный персонал
Организация обучения	Корпоративный университет АФК «Система»	Учебный центр ОАО «Детский мир»	Учебный центр ОАО «Детский мир»
Программа обучения	Индивидуальный план развития, заявка на обучение от руководства	Матрица обязательного обучения	Матрица обязательного обучения
Направления обучения	Технические навыки, развитие управленческих компетенций		Технические навыки
Виды обучения	Технические инструкции, дистанционные курсы, вебинары, интерактивное обучение, видеокурсы, очные тренинги, коучинг, наставничество		Технические инструкции, дистанционные курсы, вебинары, интерактивное обучение, видеокурсы, очные тренинги

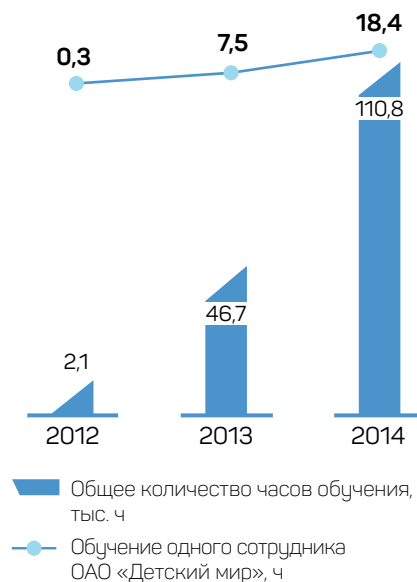
<sup>1</sup> Составляется для сотрудников в должности от ведущего специалиста и выше.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Количество часов обучения на одного штатного сотрудника за 2014 г. выросло более чем в два раза и составило около 18,4 астрономических часов. В целом по ОАО «Детский мир» в 2014 г. сотрудники посвятили учебе 110,8 тыс. часов.

В перспективе мы планируем провести лицензирование учебных программ по охране труда, разработать новые курсы, а также перенять опыт и учебные программы курсов университета АФК «Система» для учебного центра «Детского мира». Мы также разрабатываем модель проведения дистанционного анкетирования для получения обратной связи по обучению, которая будет включать в себя как оценку сотрудниками самого курса, так и оценку конкретных тренеров/преподавателей.

Количество часов обучения сотрудников ОАО «Детский мир»



Количество астрономических часов обучения сотрудников ОАО «Детский мир» в разбивке по полу и категориям

Показатель	2012	2013	2014
<b>Количество часов обучения в разбивке по полу</b>			
Мужчины	206	4 674	11 079
Женщины	1 853	42 064	99 710
<b>Количество часов обучения в разбивке по категориям сотрудников</b>			
Торговый персонал	1 881	45 815	75 912
Офисный персонал	178	923	34 877

# 4.4.

## Мотивация и повышение удовлетворенности сотрудников

### ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОТРУДНИКОВ

Отлаженная система оценки сотрудников является фактором повышения эффективности деятельности компании и удовлетворенности ее персонала. Все сотрудники Группы проходят оценку деятельности вне зависимости от их категории и стажа работы.

Сотрудники магазинов «Детский мир» проходят оценку профессиональных знаний три раза в год, на основании которой проводится их разделение на две категории:

- ♦ «специалист» — присваивается после успешного прохождения оценки профессиональных знаний;
- ♦ «эксперт» — присваивается за выполнение КПЭ и выдающиеся результаты, показанные в ходе оценки профессиональных знаний.

Сотрудники, получившие категорию «эксперт», включаются в кадровый резерв и рассматриваются в качестве кандидатов на замещение вакантных руководящих должностей в рознице.

Сотрудники центрального офиса проходят оценку результатов деятельности раз в год. Оценка сотрудников, не занимающих руководящие должности, осуществляется посредством экспертного мнения их руководителей. Руководители отделов и топ-менеджеры, находящиеся в прямом подчинении Генерального директора, оцениваются на основании выполнения КПЭ. По результатам оценки такие сотрудники могут быть занесены в «Банк талантов корпорации», сформированный АФК «Система». Лучшие 100 человек из «Банка талантов корпорации» попадают в «Золотую сотню». Таким сотрудникам предоставляется определенный бюджет на обучение, их в первую очередь рассматривают в качестве кандидатов на замещение вакантных должностей как внутри Группы компаний «Детский мир», так и в других дочерних компаниях АФК «Система».

### СИСТЕМА ОПЛАТЫ ТРУДА

Мы стремимся обеспечить достойный уровень оплаты и условий труда для своих сотрудников. В Группе действует повременно-премиальная система оплаты

Структура дохода различных категорий сотрудников розницы ОАО «Детский мир»

Статья дохода	Категория сотрудников			
	рядовые сотрудники розницы	руководящие сотрудники розницы	сотрудники фронт-офиса	сотрудники складов
Оклад	✓	✓	✓	✓
Административная премия	% от оклада. Может корректироваться при наличии дисциплинарных наказаний		✗	✗
Годовая производственная премия*	% от товарооборота	% от товарооборота и за выполнение КПЭ	за выполнение КПЭ**	✓
Премия по итогам полной инвентаризации	✓	✓	✗	✗
Надбавка за категорию «эксперт»	✓	✓	✗	✗
Ежемесячная или ежеквартальная премия	✗	✗	✗	за выполнение КПЭ
Надбавка за выслугу лет	✗	✗	✗	✓

\* Производственная премия для стажеров рассчитывается с коэффициентом 0,5.

\*\* Сотрудникам коммерческой дирекции выплачивается квартальная премия.

труда, при которой вознаграждение персонала зависит от фактически отработанного времени с учетом категории сотрудника и выполнения установленных КПЭ. Система оплаты труда учитывает не только индивидуальную эффективность, но и финансовые результаты работы всей Группы или определенного магазина за год.

По результатам года для сотрудников розницы предусмотрено два вида годовых премий: премия по итогам выполнения плана по товарообороту и премия по итогам полной инвентаризации. Также сотрудники, показавшие наивысшие результаты во время оценки персонала и получившие категорию «эксперт», получают дополнительную надбавку. Для линейного персонала склада, проработавшего в компании больше года, выплачивается ежемесячная надбавка за стаж работы, размер которой зависит от количества полных лет непрерывной работы в компании.

Пересмотр размера вознаграждения сотрудников осуществляется один раз в год на основе данных о среднем уровне вознаграждения на рынке труда. Обзор рынка проводится компанией Nau Group.

## СИСТЕМА КОРПОРАТИВНЫХ ЛЬГОТ

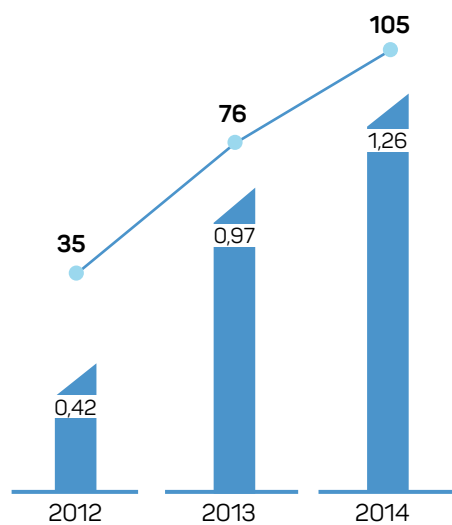
В качестве инструмента мотивации мы развиваем систему корпоративных льгот. Помимо бесплатного

корпоративного обучения Группа также предоставляет своим сотрудникам следующие льготы:

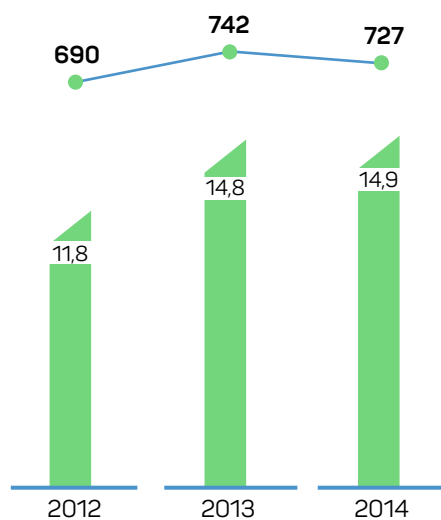
- ♦ для сотрудников любой должности и категории, независимо от срока заключения трудового договора, с первого дня работы действует 20%-я скидка на товары во всех магазинах сети;
- ♦ для сотрудников магазинов, закрывающихся в 23:00 и удаленных от остановок общественного транспорта, организована доставка до дома (заключены договоры с транспортными компаниями, расходы на доставку сотрудников до места работы в 2014 г. составили 5,7 млн руб.);
- ♦ для сотрудников склада организована доставка до места работы и бесплатное питание на территории центра;
- ♦ для всех сотрудников центрального и региональных офисов, директоров магазинов и управленческого состава склада действует программа добровольного медицинского страхования (ДМС);
- ♦ для сотрудников с детьми до 3 лет предусмотрена возможность работать неполный рабочий день и составлять удобный график работы.

Политика Группы компаний «Детский мир» также предусматривает оказание финансовой помощи сотрудникам, оказавшимся в трудной жизненной ситуации. Кроме того, в ОАО «Детский мир» действует программа «Софинансирование»: каждый сотрудник может

Количество сотрудников, участвовавших в корпоративных льготных программах ОАО «Детский мир», и объемы их финансирования



■ Размер материальной помощи, млн руб.  
● Количество сотрудников, получивших материальную помощь, чел.



■ Финансирование ДМС, млн руб.  
● Количество сотрудников, участвующих в программе ДМС, чел.



передать часть заработной платы в Благотворительный фонд компании, средства которого идут на помощь детям сотрудников, оказавшимся в сложной жизненной ситуации (подробнее в разделе 5.1. Благотворительная деятельность).

Группа компаний «Детский мир» пропагандирует здоровый образ жизни среди своих сотрудников, в том числе за счет организации для них спортивных мероприятий. Весь персонал Группы может принять участие в ежегодной спартакиаде и получить льготы и скидки в крупных фитнес-центрах. В центральном офисе и региональных магазинах проводятся добровольные сезонные вакцинации сотрудников.

## ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Мы прилагаем большие усилия для того, чтобы сотрудники розницы, центрального офиса и склада чувствовали себя одной командой, работающей на достижение общих целей. Для сплочения всех категорий работников Группы в единый коллектив регулярно проводится акция «Трудовой десант», организуются спортивные мероприятия, волонтерские и благотворительные акции, совместно отмечают гендерные праздники, дни рождения компании и сотрудников.

На празднование корпоративного Нового года в центральном офисе съезжаются директора региональных отделений и территориальные управляющие со всей страны. Новогоднее корпоративное мероприятие для сотрудников центрального и руководителей региональных офисов включает церемонию награждения сотрудников, внесших особый вклад в развитие Группы.

Сотрудники центрального офиса, склада и розничных магазинов ежегодно принимают участие в благотворительных и корпоративных субботниках, а также в Спартакиаде АФК «Система». Для сотрудников, непосредственно участвующих в спортивных состязаниях, компания организует тренировки с профессиональными тренерами, оплачивает аренду зала, обеспечивает формой.

Для помощи сотрудникам существует горячая линия, куда со своим вопросом или сообщением может конфиденциально обратиться любой сотрудник. Номер телефона горячей линии указан на корпоративном портале и в каждом розничном магазине, а также еженедельно рассылается сотрудникам на электронную почту. Максимальный срок ответа на полученное от сотрудника обращение составляет две недели. Большая часть обращений на горячую линию поступает от линейных сотрудников розницы и касается вопросов, связанных с трудовым законодательством, расчетом размера вознаграждения и получением льгот.



### АКЦИЯ «ТРУДОВОЙ ДЕСАНТ»

Сотрудники центрального офиса два раза в год во время высоких сезонов (в конце августа и в конце декабря) принимают участие в «Трудовом десанте», в рамках которого в течение одного дня работают в одном из магазинов сети в качестве продавца или сотрудника склада. В ней участвуют все без исключения сотрудники офиса: Генеральный директор, члены правления, директора департаментов и управлений, менеджеры.

В результате сотрудники центрального офиса видят работу магазина изнутри, могут на практике оценить нагрузку на магазин, увидеть «узкие» места в существующих бизнес-процессах и предложить варианты их устранения. Акция также дает возможность посмотреть, как на деле работают те или иные нововведения, инициированные центральным офисом. Кроме того, у сотрудников магазинов есть возможность лично пообщаться с руководством компании и задать волнующие их вопросы.



## ТЕКУЧЕСТЬ И ВОВЛЕЧЕННОСТЬ СОТРУДНИКОВ

Группа компаний «Детский мир» стремится создавать условия для профессионального и карьерного роста, а также повышения вовлеченности персонала. Благодаря улучшению условий труда, развитию корпоративной культуры и предоставлению сотрудникам широких возможностей для профессионального и карьерного роста уровень текучести кадров в отчетном периоде постепенно снижался. Соответствующие показатели по Группе не превышают средних значений по отрасли.

Ежегодно в Группе компаний «Детский мир» проводится исследование вовлеченности сотрудников. Данное исследование помогает анализировать текущее состояние и настроение сотрудников, получать полную и достоверную информацию из первых рук. Нам очень важно знать, что думает персонал о тех или иных аспектах жизни Группы, чтобы понимать, в чем наши сильные и слабые стороны, на чем нужно сконцентрировать внимание и где приложить усилия для улучшения ситуации. В компаниях с более высоким уровнем вовлеченности сотрудников производительность труда и эффективность бизнеса выше, а текучесть персонала ниже.

Согласно результатам проведенного в 2014 г. исследования в отчетном периоде нам удалось добиться существенного улучшения показателей вовлеченности сотрудников. Было выявлено, что подавляющее большинство сотрудников Группы компаний «Детский мир»:

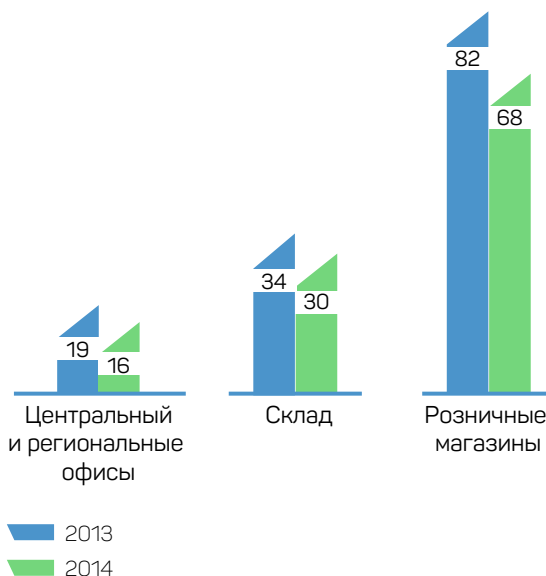
- ♦ понимает цели, стратегию компании и их связь со своей работой (88% сотрудников);
- ♦ высоко оценивает непосредственных руководителей и доверяет им (84% сотрудников);
- ♦ считает, что в компании создана атмосфера сотрудничества и взаимопомощи (81% сотрудников);

- ♦ отмечает, что компания создает условия для достижения успеха (76% сотрудников).

Для повышения уровня вовлеченности в Группе компаний «Детский мир» запланированы мероприятия по следующим направлениям:

- ♦ развитие мотивационных инструментов и поощрение сотрудников для достижения высоких результатов;
- ♦ формирование и поддержка устойчивого и привлекательного имиджа Группы как работодателя, а также его согласованность с имиджем магазинов на потребительском рынке.

Текучесть кадров в разбивках по категориям сотрудников ОАО «Детский мир», %



# 4.5.

## Создание безопасных условий труда

Комфортные и безопасные условия труда являются ключевым фактором, влияющим на привлечение и удержание квалифицированных сотрудников. Группа компаний «Детский мир» уделяет большое внимание вопросам охраны труда и соблюдению соответствующих требований законодательства.

### КЛЮЧЕВЫЕ РИСКИ В ОБЛАСТИ ОХРАНЫ ТРУДА И МЕРЫ, ПРИНИМАЕМЫЕ ГРУППОЙ ДЛЯ ИХ МИНИМИЗАЦИИ

Несмотря на неопасный характер деятельности Группы компаний «Детский мир», мы стремимся максимально уменьшить существующий риск получения сотрудниками производственных травм и возникновения профессиональных заболеваний.

Для минимизации травматизма в офисах, торговых помещениях и на складах Группой компаний «Детский мир» реализуются следующие ключевые мероприятия и инициативы:

- ♦ работы по специальной оценке условий труда (рабочие места оцениваются независимыми аккредитованными организациями, класс условий труда: 2.0. — допустимые условия труда); на сегодняшний день в ОАО «Детский мир» проведена специальная оценка условий труда более 70% рабочих мест;

- ♦ вводный, первичный и повторный (не реже двух раз в год) инструктажи по охране труда, пожарной и электробезопасности;
- ♦ своевременное обучение/переобучение руководителей по программе «Охрана труда» с привлечением специализированных учебных центров и государственных инспекторов по труду;
- ♦ контроль над соблюдением Правил внутреннего трудового распорядка и противопожарного режима, создание комиссий по проверке знания требований охраны труда;
- ♦ разработка регламентов и методических рекомендаций для структурных подразделений и отделов компании, документации в области охраны труда, инструкций и программ, которые затем загружаются на корпоративный портал.

### СИСТЕМА ОХРАНЫ ТРУДА

Существующая в Группе компаний «Детский мир» система охраны труда основывается на полном соблюдении российского законодательства в данной сфере. Ответственные за охрану труда сотрудники назначают Генеральным директором. В их обязанности входит в том числе проведение проверок с целью выявления возможных нарушений законодательства в области охраны труда.

Наиболее вероятные причины получения производственных травм и возникновения производственных заболеваний в Группе

Категория	Причины
Производственные травмы	<ul style="list-style-type: none"> <li>Падение коробок при работе на складе</li> <li>Падение на поверхности одного уровня или при разности уровней высот</li> <li>Неосторожное обращение с движущимися техническими средствами</li> <li>Поражение электрическим током</li> </ul>
Профессиональные заболевания	<ul style="list-style-type: none"> <li>Вынужденное длительное пребывание на ногах</li> <li>Поднятие тяжестей</li> <li>Контакты с большим количеством людей</li> </ul>

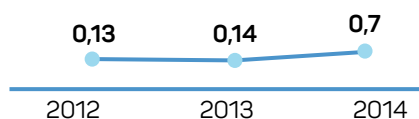
## Ответственные за охрану труда по подразделениям Группы

Группа компаний «Детский мир»		
Центральный офис	Розница	Склад
Руководители структурных подразделений и отделов	Директора магазинов и их заместители	Руководители смен Руководитель склада с заместителями

Для назначаемых ответственных сотрудников обязательным является прохождение курса обучения по охране труда продолжительностью 40 часов. Обучение проводится преимущественно в очном формате с привлечением специализированных лицензированных организаций. Все новые сотрудники также проходят инструктаж по безопасности труда при приеме на работу и затем регулярно инструктируются. Сотрудники склада дополнительно проходят обучение по электробезопасности. Главные инженеры, которые проводят инструктажи для работников, также работают с подрядчиками.

Соблюдение требований охраны труда в розничных магазинах проверяется в ходе проведения комплексных проверок магазинов на соблюдение ими нормативов Группы, включающих раздел по охране труда. Проверки магазинов проводятся территориальными управляющими по установленному графику без предупреждения руководства данных магазинов. По итогам проверок составляются рекомендации для устранения выявленных

## Коэффициент частоты травматизма сотрудников Группы<sup>1</sup>



нарушений, а факт устранения нарушений проверяется в ходе повторной проверки.

Благодаря мерам, принимаемым нами для предотвращения производственных заболеваний и несчастных случаев, Группе в отчетном периоде удалось сохранить показатели травматизма на допустимо низком уровне, а также добиться того, что в 2013–2014 гг. не было выявлено ни одного случая профессионального заболевания.

<sup>1</sup> Коэффициент частоты травматизма рассчитывается как количество травм × 1 000 / на среднесписочную численность.



# 5

## НАШИ СООБЩЕСТВА

«Детский мир» — социально ответственный бизнес. Мы стремимся улучшить качество жизни детей с трудной судьбой, повысить их уровень социализации и раскрыть творческий потенциал.

# 5.1.

## Благотворительная деятельность



Реализация социальных и благотворительных проектов является для нас, с одной стороны, возможностью внести свой вклад в развитие общества, а с другой — повысить репутацию Группы компаний «Детский мир» как социально ответственного бизнеса. Мы работаем исключительно с детьми и стремимся посредством нашей деятельности улучшить качество их жизни, повысить уровень социализации и раскрыть творческий потенциал.

В 2004 г. для эффективного управления благотворительными проектами был создан Благотворительный фонд «Детский мир» (далее — Фонд). Деятельность Фонда осуществляется в соответствии с Уставом и Политикой благотворительной деятельности, согласно которым нашими благополучателями являются российские социальные учреждения, работающие с детьми, находящимися в трудной жизненной ситуации, а также многодетные и малообеспеченные семьи. Приоритетные направления деятельности Фонда включают:

- ♦ социальное развитие и здоровье — поддержка малоимущих и незащищенных слоев населения, программ в области здравоохранения и детского и юношеского спорта;
- ♦ образование и творчество — поиск молодых талантов и развитие творческого, технического и инновационного мышления у молодого поколения;
- ♦ культура — развитие и популяризация отечественной культуры, в том числе классической музыки, балета, театра, изобразительного искусства, а также

техническое обеспечение музеев и возрождение памятников русской архитектуры и зодчества;

- ♦ корпоративное волонтерство.

Финансирование деятельности Фонда осуществляется на основе средств, пожертвованных Группой компаний «Детский мир», сотрудниками и посетителями магазинов сети. Дополнительными источниками финансирования являются средства, собранные в результате продаж футболок в рамках акции «Участвуйте!» и пакетов в магазинах сети «Детский мир». В 2014 г. объем благотворительной помощи составил около 140 млн руб.

Для эффективного распределения благотворительных средств в Фонде выстроен прозрачный процесс выбора благополучателей. Мы получаем заявки о благотворительной помощи на электронную почту сотрудников Фонда, указанную на сайте Фонда, или на почтовый адрес как Фонда, так и Группы компаний «Детский мир»,

Источники финансирования программ Фонда в 2014 г., %





а затем оцениваем их согласно разработанному перечню критериев. Критерии отбора благотворительных проектов включают качественные и количественные показатели, в частности:

- ◆ соответствие проектов целям и направлениям, зафиксированным в Уставе Фонда;
- ◆ охват населения, оказавшегося в трудной жизненной ситуации, социальной помощью и поддержкой в рамках проекта;
- ◆ уровень проработки мероприятий, связанных с реализацией проекта;
- ◆ долгосрочная перспектива влияния результатов проекта на решение социальной проблемы;
- ◆ обоснованный бюджет проекта и др.

Финальный отбор проектов для оказания благотворительной помощи происходит посредством голосования на Совете Фонда, объединяющего сотрудников из разных департаментов ОАО «Детский мир», что повышает объективность принятия решения.

## БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ ФОНДА



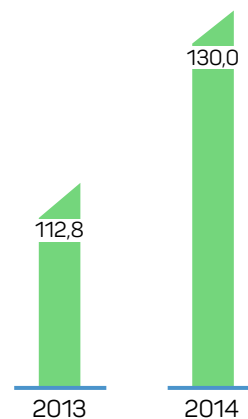
### Всероссийская акция «Участуйте!»

Самым масштабным проектом Фонда является всероссийская акция «Участуйте!», цель которой заключается в сборе подарков и товаров первой необходимости для нуждающихся детей. Акция реализуется с 2006 г. и проходит три раза в год — к Международному дню ребенка, Дню знаний и новогодним праздникам. В дни проведения акции любой желающий может оставить купленный в наших магазинах товар в специальных манежах, расположенных рядом с зоной касс. По окончании акции собранные товары передаются детям из детских домов, интернатов и больниц в качестве подарков. При этом в каждой торговой точке представлена информация об учреждениях-благополучателях, которые располагаются, как правило, в том же регионе, что и магазин-участник.

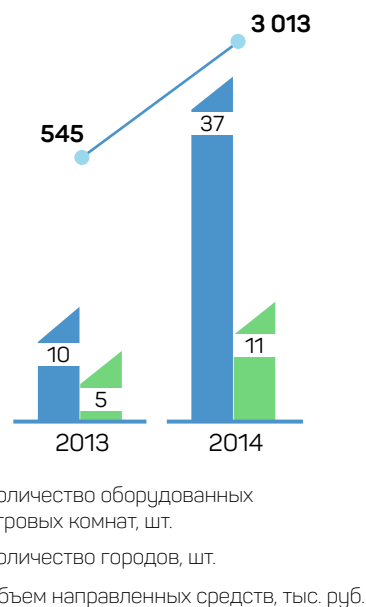
В 2014 г. в благотворительной акции приняли участие 273 магазина сети «Детский мир» в России, а собранные подарки были переданы в 350 социальных учреждений. В Казахстане акция впервые стартовала в 2014 г. В общей сложности за год участниками акции «Участуйте!» стали свыше 3 млн наших покупателей, а общая стоимость подарков превысила 130 млн руб.

Особенностью акции является участие в ней сотрудников Группы в качестве волонтеров, помогающих вести учет собранного товара, оформить документы и передать его в социальные учреждения.

Стоимость подарков, собранных в рамках акции «Участуйте!», млн руб.



Открытие игровых комнат



### Программа «Вместе мы сможем больше»

В рамках данной программы мы оказываем адресную помощь детям, которые находятся на лечении и реабилитации, а также оборудуем игровые комнаты в медицинских и социальных учреждениях. Оформление комнат различается в зависимости от специализации отделения больницы и возраста юных пациентов. В 2013 г. было оборудовано 10 игровых комнат в 5 городах, а в 2014 г. — 37 игровых комнат в 11 городах. Фонд осуществляет и модернизацию: в 2014 г. было дооборудовано 5 игровых комнат в Смоленске.

В рамках программы также оказывается гуманитарная помощь детским социальным учреждениям в районах, пострадавших от различных стихийных бедствий. Так, в 2013 г. трем приютам, пострадавшим от наводнения на Дальнем Востоке, была передана одежда, обувь, спортивные товары. В 2014 г. компания оказала гуманитарную помощь беженцам с детьми из Украины, находящимся в Ростовской области, отправив одежду, обувь и товары первой необходимости.



### Программа «Искусство без границ»

Программа «Искусство без границ», запущенная в 2013 г., направлена на формирование творческого начала у подрастающего поколения и развитие эстетического вкуса. В рамках программы совместно с нашими партнерами, в том числе благотворительными фондами «Детский КиноМай» и «Система», мы оказываем поддержку проведению творческих фестивалей, мастер-классов, выставок и концертно-развлекательных представлений, а также вручаем подарки одаренным детям-сиротам и инвалидам. В 2013—2014 гг. на программу было направлено 491 тыс. руб. и 911 тыс. руб. соответственно.



### Благотворительная ярмарка

В декабре 2014 г. во флагманском магазине «Детский мир» на Воздвиженке состоялась благотворительная ярмарка, на которой дети-сироты и инвалиды из подопечных социальных учреждений самостоятельно представляли и продавали свои работы — изделия из дерева, ткани, поделки, рисунки, елочные украшения и др. Все работы представляли собой качественные изделия, выполненные на высоком профессиональном уровне, и могли быть куплены нашими посетителями в качестве подарков на новогодние праздники. Дети получили дополнительную возможность социализироваться, а наши посетители — поучаствовать в благотворительной

деятельности Группы. После ярмарки вся выручка была передана авторам работ.



### Корпоративное волонтерство

Мы стремимся вовлекать наших сотрудников в волонтерские движения и рассматриваем волонтерство в качестве элемента корпоративной культуры Группы компаний «Детский мир», повышающего вовлеченность сотрудников.



### Программа «Софинансирование»

В рамках проекта «Софинансирование», стартовавшего в 2013 г., сотрудники Группы компаний «Детский мир» имеют возможность перечислять часть своей зарплаты на благотворительные проекты. Инициаторами программы выступили сами сотрудники — ранее средства собирались стихийно, когда возникала потребность помочь коллеге или поучаствовать в социальном проекте. С запуском программы «Софинансирование» Фонд стал аккумулировать пожертвования для оказания экстренной помощи как детям сотрудников Группы,

**350** СОЦИАЛЬНЫХ  
УЧРЕЖДЕНИЙ  
НАХОДЯТСЯ ПОД ОПЕКОЙ  
«ДЕТСКОГО МИРА»



### НАГРАДЫ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОГО ФОНДА «ДЕТСКИЙ МИР»

За достижения в области благотворительной деятельности в отчетном периоде Фонд получил награды национальной премии в сфере товаров и услуг для детей «Золотой медвежонок» в номинации «Социальный проект года» за:

- ♦ проект Операция «Игрушки» по оборудованию детских игровых комнат в медицинских и социальных учреждениях в 2014 г.;
- ♦ программу «Софинансирование» благотворительных программ сотрудниками Группы компаний «Детский мир» в 2013 г.

так и другим детям, нуждающимся в дорогостоящей медицинской помощи. Особенность программы состоит в том, что мы проводим адресный сбор средств на решение конкретных проблем и сотрудники могут принимать решения о софинансировании на основе информации о каждом отдельном случае.

За 2014 г. в программе «Софинансирование» приняли участие более 150 сотрудников Группы компаний «Детский мир», а также топ-менеджмент АФК «Система». В результате программы было собрано 2 млн руб. Типичный размер пожертвования составлял от 100 до 1 000 руб.



#### Акция «Новогодняя елка желаний»

На протяжении нескольких лет сотрудники Группы устраивают благотворительные праздники для воспитанников детских домов, а в 2014 г. впервые была организована акция «Новогодняя елка желаний». Сотрудники Группы имели возможность выбрать пожелание ребенка из подопечного детского учреждения и самостоятельно приобрести и вручить ему подарок. Всего с помощью акции было собрано порядка 300 подарков.



#### Волонтерский кукольный театр

В 2014 г. в Группе был создан Волонтерский кукольный театр, в котором принимают участие наши сотрудники. Мы предоставили волонтерам все необходимое для репетиций и проведения спектаклей, включая декорации и реквизит, а также музыкальное и световое оборудование. За год театральная труппа, состоящая из сотрудников Группы компаний «Детский мир», поставила 2 спектакля и показала 15 кукольных представлений в детских домах, больницах, а также на благотворительных ярмарке и субботнике «Детского мира».



#### Субботники

В 2014 г. прошел первый благотворительный субботник Группы компаний «Детский мир» в московском Центре содействия семейному воспитанию «Наш дом», в котором приняли участие около 120 сотрудников-волонтеров. Вместе с подопечными детских домов они сажали цветы, красили заборы, проводили спортивные мероприятия и др. В перспективе планируется проведение подобных мероприятий и в других городах России.



# 5.2.

## Сокращение потребления ресурсов

Внедрение современных технологий и решений, направленных на сокращение потребления ресурсов, является эффективным инструментом оптимизации внутренних процессов Группы и катализатором улучшения ее финансового состояния. Группа компаний «Детский мир» рассматривает сокращение потребления ресурсов как с точки зрения снижения операционных затрат, так и с точки зрения минимизации воздействия на окружающую среду.

### ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ

В рамках нового концепта магазинов мы используем более современные и энергосберегающие решения, позволяющие не только улучшить торговые пространства и сделать их более комфортными для посетителей и персонала, но и существенно сэкономить ресурсы.

Потребление электроэнергии Группой компаний «Детский мир»<sup>1</sup>

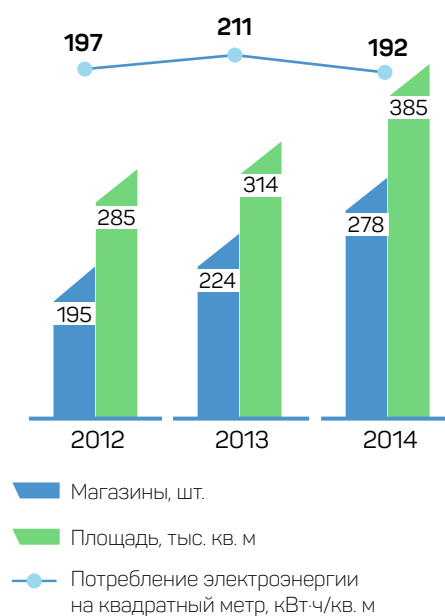
Показатель	2012	2013	2014
Потребление электроэнергии, кВт·ч	60 027 799	69 434 191	77 087 574
в том числе магазинами сети «Детский мир», кВт·ч	56 192 978	66 167 616	74 078 947



### ОПТИМИЗАЦИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОГО АВТОТРАНСПОРТА

За период 2013–2014 гг. количество корпоративных автомобилей было снижено с 17 до 2. Это позволило сократить затраты Группы компаний «Детский мир», а также выбросы вредных веществ в атмосферу.

Удельное потребление энергии магазинами сети «Детский мир»



<sup>1</sup> Не включая магазины ELC и «Детскую галерею «Якиманка».



## ОБОРУДОВАНИЕ ФЛАГМАНСКОГО ГИПЕРМАРКЕТА СИСТЕМОЙ СВЕТОДИОДНОГО ОСВЕЩЕНИЯ

В августе 2014 г. «Детский мир» открыл крупнейший в России магазин детских товаров, уникальная система освещения которого была разработана компанией Philips. Освещение нового гипермаркета «Детский мир» является полностью светодиодным. В качестве энергоэффективного светодиодного оборудования в магазине установлены светильники GreenSpace Power, SmartBay LED (используются для основного освещения торговых залов), GreenPerform Battens, CoreView Panel, прожекторы EcoStyle. Этот гипермаркет в центре Москвы стал четвертым проектом в рамках сотрудничества Группы компаний «Детский мир» и компании Philips.

Во второй половине 2014 г. мы начали сотрудничество с компанией Philips в целях оборудования новых магазинов системами светодиодного освещения. За отчетный период такими системами было оборудовано 6 магазинов, а в будущем мы планируем провести модернизацию уже имеющихся торговых площадей.

Данный проект ориентирован не только на снижение текущих затрат (решение на основе светодиодов по стоимости не превышает проекты на базе традиционных источников света), но и на сокращение затрат в будущем. Уже сейчас это нововведение обеспечивает экономию более 40% электроэнергии в торговых пространствах. В качестве дополнительного положительного эффекта от данного проекта можно отметить отсутствие необходимости утилизировать ртутные лампы, относящиеся к первому классу опасности отходов.

В последующие годы мы планируем провести аналогичную модернизацию всех существующих торговых площадей Группы. Кроме того, новый склад, открытие которого запланировано на 2015 г., будет оснащен энергоэффективным оборудованием и системой освещения с использованием датчиков движения.

## СОКРАЩЕНИЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ БУМАГИ

Автоматизация бизнес-процессов Группы, осуществляемая в рамках нашей стратегии, не только привела к повышению эффективности операций, но и позволила сократить потребление ресурсов — офисной бумаги. Например, разработка и внедрение электронного шаблона заявления на возврат товара позволили отказаться от бумажной формы заявления, а также сократили временные затраты сотрудников и покупателей.

Потребление бумаги центральным офисом ОАО «Детский мир»

Показатель	2013	2014
Потребление бумаги А3, кг	350	480
Потребление бумаги А4, кг	10 787,5	8 325
Потребление бумаги на сотрудника, кг/чел.	20	16,7



# 5.3.

## Модернизация системы управления отходами

---

В отчетном периоде в складских помещениях мы обеспечили сбор картона и упаковочной пленки, которые отсортировывались отдельно и передавались специализированной организации для дальнейшей переработки.

В 2015 г. мы планируем внедрить в торговых пространствах пилотные проекты по разделному сбору картона, на который приходится более 50% всех образующихся там отходов. Это позволит сократить объем отходов, передаваемых подрядной организации,

и, в свою очередь, уменьшит наши расходы по данной статье практически в два раза. Следующим шагом мы постараемся свести до нуля расходы на вывоз отходов из торговых пространств путем передачи собранного картона подрядной организации взамен ее обязательств по вывозу остального объема отходов.

После апробации пилотных проектов мы сможем оценить их эффективность, а также определить дальнейшие шаги в целях внедрения данной практики на всех торговых пространствах Группы.





# 5.4.

## Экологическая потребительская упаковка

---

Во второй половине 2015 г. мы планируем запустить в сети продажу бумажных пакетов. Новая экологическая потребительская упаковка будет постепенно заменять ставшие привычными для потребителей полиэтиленовые пакеты. С учетом масштабов работы компании новый проект будет способствовать значи-

тельному снижению вредного воздействия на окружающую среду и повышению экокультуры жителей нашей страны. Важно отметить, что Группа компаний «Детский мир» станет первым ритейлером в сегменте детских товаров в России, который предложит своим покупателям экологическую упаковку.



## Таблица раскрытия стандартных элементов Руководства

№	Показатель	Раздел Отчета/Источник	Страница
<b>Стратегия и анализ</b>			
G4-1	Заявление самого старшего руководителя, принимающего решения в организации о значении устойчивого развития для организации и стратегии, применяемой организацией при решении вопросов устойчивого развития	Обращение Генерального директора	2–3
G4-2	Описание ключевых воздействий, рисков, а также возможностей	Обращение Генерального директора 1.2. Стратегия развития Группы 3.1. Система взаимодействия с поставщиками Годовой отчет ОАО «Детский мир» за 2014 г. (Раздел 2. Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью акционерного общества)	2–3, 12–13, 32
<b>Профиль организации</b>			
G4-3	Название организации	1.1. Общие сведения о Группе компаний «Детский мир»	7
G4-4	Основные бренды, продукция и услуги организации	1.1. Общие сведения о Группе компаний «Детский мир» 3.1. Система взаимодействия с поставщиками	7, 32–33
G4-5	Местонахождение штаб-квартиры организации	ОАО «Детский мир» 127422, г. Москва, ул. Тимирязевская, 1	
G4-6	Количество стран, в которых организация осуществляет свою деятельность, и названия стран, где осуществляется основная деятельность или которые особенно значимы с точки зрения вопросов устойчивого развития, охватываемых Отчетом	1.1. Общие сведения о Группе компаний «Детский мир»	7–9
G4-7	Характер собственности и организационно-правовая форма	Консолидированная финансовая отчетность по состоянию на 31 декабря 2014 и 2013 гг. и за годы, закончившиеся на эти даты (подраздел Описание деятельности)	
G4-8	Рынки, на которых работает организация (включая географическую разбивку, обслуживаемые отрасли, а также категории потребителей и бенефициаров)	1.1. Общие сведения о Группе компаний «Детский мир» 2.3. Обеспечение доступности товаров и совершенствование клиентской поддержки	7–9, 26–27
G4-9	Масштаб организации	1.1. Общие сведения о Группе компаний «Детский мир»	10–11

Продолжение табл.

№	Показатель	Раздел Отчета/Источник	Страница
G4-10	Численность сотрудников	4. Наши сотрудники Списочная численность сотрудников на конец года составила 8 610 чел. в 2013 г. и 8 539 чел. в 2014 г., из них 1 217 и 494 внештатных сотрудника соответственно Практически все сотрудники Группы работали в отчетном периоде на условиях полной занятости: доля сотрудников с частичной занятостью от общего количества сотрудников в 2013–2014 гг. составила 1,7 и 0,4% соответственно	38–39
G4-11	Процент сотрудников, охваченных коллективными договорами	На сегодняшний день таких договоров не заключено	
G4-12	Описание цепочки поставок организации	3. Наши поставщики	31
G4-13	Существенные изменения масштабов, структуры или собственности организации или ее цепочки поставок, произошедшие на протяжении отчетного периода	11. Общие сведения о Группе компаний «Детский мир» 3. Наши поставщики Консолидированная финансовая отчетность по состоянию на 31 декабря 2014 и 2013 гг. и за годы, закончившиеся на эти даты (подраздел Реорганизация Группы)	7, 31
G4-14	Указание, использует ли организация принцип предосторожности и каким образом	Группа компаний «Детский мир» не применяет принцип предосторожности ввиду низкой вероятности причинения серьезного или необратимого ущерба окружающей среде от деятельности Группы	
G4-15	Перечень разработанных внешними сторонами экономических, экологических и социальных хартий, принципов или других инициатив, к которым организация присоединилась или поддерживает	Совместно с АИДТ участие в разработке «Стратегии развития индустрии детских товаров до 2020 года»	
G4-16	Членство в ассоциациях (например, отраслевых) и/или национальных и международных организациях по защите интересов	Ассоциация индустрии детских товаров Ассоциация компаний интернет-торговли Ассоциация менеджеров России	
<b>Выявленные существенные аспекты и границы</b>			
G4-17	Перечень юридических лиц, отчетность которых была включена в консолидированную финансовую отчетность или аналогичные документы	Отчетность Группы компаний «Детский мир» включает: ОАО «Детский мир», РФ; ООО «Детская галерея «Якиманка», РФ; ТОО «Детский мир Казахстан», Казахстан; ООО «Куб-Маркет», РФ; ООО «ДМ-Финанс», РФ; Спартема Лимитед, Кипр; Детский мир ГмбХ, Германия. Из перечисленных выше юридических лиц в периметр Отчета в области устойчивого развития не включены: ООО «ДМ-Финанс», РФ; Спартема Лимитед, Кипр; Детский мир ГмбХ, Германия. Деятельность данных юридических лиц не оказывает существенного влияния на результаты деятельности Группы в области устойчивого развития	

Продолжение табл.

№	Показатель	Раздел Отчета/Источник	Страница
G4-18	Методика определения содержания отчета и границ аспектов	О нашем первом Отчете	4
G4-19	Список всех существенных аспектов, выявленных в процессе определения содержания отчета	О нашем первом Отчете	4
G4-20	Описание границ каждого существенного аспекта внутри организации	О нашем первом Отчете	4
G4-21	Описание границ каждого существенного аспекта за пределами организации	Границы всех аспектов охватывают только организации внутри Группы компаний «Детский мир»	
G4-22	Результаты всех переформулировок показателей, опубликованных в предыдущих отчетах, и причины такой переформулировки	Данный Отчет является первым Отчетом Группы компаний «Детский мир» в области устойчивого развития	
G4-23	Существенные изменения охвата и границ аспектов по сравнению с предыдущими отчетными периодами	Данный Отчет является первым Отчетом Группы компаний «Детский мир» в области устойчивого развития	
G4-24	Список групп заинтересованных сторон, с которыми организация взаимодействует	1.3. Подход к устойчивому развитию и взаимодействие с заинтересованными сторонами	14–15
G4-25	Принципы выявления и отбора заинтересованных сторон для взаимодействия	Перечень заинтересованных сторон Группы закреплён в Политике ОАО «Детский мир» в области корпоративной социальной ответственности. Группы заинтересованных сторон ОАО «Детский мир» определяются в зависимости от степени их влияния на основную деятельность компании, а также степени влияния ОАО «Детский мир» на интересы, потребности и поведение заинтересованных сторон. Их перечень и степень зависимости регулярно пересматриваются на основании результатов взаимодействия и проводимых компанией исследований	
G4-26	Подход организации к взаимодействию с заинтересованными сторонами, включая частоту взаимодействия по формам и заинтересованным группам	1.3. Подход к устойчивому развитию и взаимодействие с заинтересованными сторонами	14–15
G4-27	Ключевые темы и опасения, которые были подняты заинтересованными сторонами в рамках взаимодействия с организацией, а также то, как организация отреагировала на эти ключевые темы и опасения, в том числе с помощью подготовки своей отчетности	2.2. Организация торговых пространств и клиентоориентированный сервис в магазинах 3.1. Система взаимодействия с поставщиками 4.4. Мотивация и повышение удовлетворенности сотрудников <a href="http://corp.detmir.ru/shareholders-and-investors/shareholders_and_investors/presentations">http://corp.detmir.ru/shareholders-and-investors/shareholders_and_investors/presentations</a>	23, 32, 48
<b>Общие сведения об отчете</b>			
G4-28	Отчетный период (например, финансовый или календарный год), за который предоставляется информация	Отчетный период включает 2013–2014 календарные годы	



Продолжение табл.

№	Показатель	Раздел Отчета/Источник	Страница
G4-29	Дата публикации предыдущего отчета в области устойчивого развития (при наличии такового)	Предыдущие отчеты отсутствуют	
G4-30	Цикл отчетности (например, годовой или двухлетний)	Цикл отчетности составляет два года	
G4-31	Контактное лицо, к которому можно обратиться с вопросами относительно данного отчета или его содержания	Надежда Киселева, Начальник управления по связям с общественностью ГК «Детский мир» +7 (495) 781-08-09 nkiseleva@detmir.ru  Валерий Прокопьев, Пресс-секретарь +7 (495) 781-08-09 vprokopez@detmir.ru	
G4-32	Вариант подготовки отчета и таблица, указывающая расположение стандартных элементов в отчете	Отчет подготовлен в соответствии с основным вариантом применения Руководства GRI	
G4-33	Политика и применяемые практические подходы в отношении внешнего подтверждения отчета	Внешнее заверение в отчетном периоде не производилось	
<b>Корпоративное управление</b>			
G4-34	Структура корпоративного управления организацией, включая комитеты высшего органа корпоративного управления	Годовой отчет ОАО «Детский мир» за 2014 г. (Раздел 4. Корпоративное управление)	
<b>Этика и добросовестность</b>			
G4-56	Ценности, принципы, стандарты и нормы поведения организации, такие как кодексы поведения и этические кодексы	Годовой отчет ОАО «Детский мир» за 2014 г. (Раздел 4. Корпоративное управление и 6.5. Отчет о соблюдении принципов Кодекса корпоративного управления)	
<b>Категория «Экономическая»</b>			
<b>Непрямые экономические воздействия</b>			
G4-EC7	Развитие и воздействие инвестиций в инфраструктуру и безвозмездные услуги <sup>1</sup>	5.1. Благотворительная деятельность	52–53
<b>Практики закупок</b>			
G4-EC9	Доля расходов на местных поставщиков в существенных регионах осуществления деятельности	3. Наши поставщики	31

<sup>1</sup> Общие сведения о подходах менеджмента к существенным аспектам раскрыты в соответствующих разделах Отчета, указанных в колонке «Раздел Отчета/Источник».

Продолжение табл.

№	Показатель	Раздел Отчета/Источник	Страница
<b>Категория «Экологическая»</b>			
<b>Энергия</b>			
G4-EN3	Потребление энергии внутри организации	5.2. Сокращение потребления ресурсов	56
<b>Соответствие требованиям</b>			
G4-EN29	Денежное значение существенных штрафов и общее число нефинансовых санкций, наложенных за несоблюдение экологического законодательства и нормативных требований	В отчетный период у Группы отсутствуют существенные штрафы и нефинансовые санкции за несоблюдение экологического законодательства и нормативных требований	
<b>Категория «Социальная»</b>			
<b>Подкатегория «Практика трудовых отношений и достойный труд»</b>			
<b>Занятость</b>			
G4-LA1	Общее количество и процент вновь нанятых сотрудников, а также текучесть кадров в разбивке по возрастной группе, полу и региону	4.4. Мотивация и повышение удовлетворенности сотрудников	48
G4-LA2	Льготы, предоставляемые сотрудникам, работающим на условиях полной занятости, которые не предоставляются сотрудникам, работающим на условиях временной или неполной занятости, с разбивкой по существенным регионам деятельности организации	4.4. Мотивация и повышение удовлетворенности сотрудников Сотрудники, работающие на условиях временной/неполной занятости, получают те же льготы, что и сотрудники, занимающие схожие должности на условиях полной/постоянной занятости	45–46
G4-LA3	Доля сотрудников, вернувшихся после отпуска по материнству/отцовству на работу, а также доля оставшихся в организации после выхода из отпуска по материнству/отцовству, по признаку пола	В 2013 г. на работу в организацию из декретного отпуска вернулись 94 женщины, 61 из которых продолжила работать в организации по состоянию на 31.12.2014	
<b>Здоровье и безопасность на рабочем месте</b>			
G4-LA6	Виды и уровень производственного травматизма, уровень профессиональных заболеваний, коэффициент потерянных дней и коэффициент отсутствия на рабочем месте, а также общее количество смертельных исходов, связанных с работой, в разбивке по регионам и полу	4.5. Создание безопасных условий труда	50



Продолжение табл.

№	Показатель	Раздел Отчета/Источник	Страница
<b>Подготовка и образование</b>			
G4-LA9	Среднегодовое количество часов обучения одного сотрудника с разбивкой по полу и категориям сотрудников	4.3. Обучение и профессиональное развитие сотрудников	44
G4-LA11	Доля сотрудников, для которых проводятся периодические оценки результативности и развития карьеры, в разбивке по полу и категориям сотрудников	4.4. Мотивация и повышение удовлетворенности сотрудников Все сотрудники Группы проходят оценку результативности вне зависимости от категории	45
<b>Разнообразие и равные возможности</b>			
G4-LA12	Состав руководящих органов и основных категорий персонала организации с разбивкой по полу, возрастным группам, принадлежности к группам меньшинств и другим признакам разнообразия	В 2014 г. в состав Совета директоров и Правления входили 12 мужчин и четыре женщины. Из них четыре человека были моложе 35 лет, возраст шести человек составлял от 35 до 44 лет и шести человек — от 45 до 55 лет	
<b>Подкатегория «Права человека»</b>			
G4-HR9	Общее количество и процент подразделений, в отношении которых проводилась оценка на предмет соблюдения прав человека или оценка воздействия в связи с правами человека	Специальной оценки соблюдения прав человека в отчетном периоде не проводилось, но в Группе действует Кодекс этики, который содержит положения о соблюдении прав человека. Соблюдение принципов Кодекса отслеживается на постоянной основе	
<b>Подкатегория «Общество»</b>			
G4-S03	Общее количество и процент подразделений, в отношении которых проводилась оценка рисков, связанных с коррупцией, и выявленные существенные риски	3.2. Управление закупочной деятельностью	36
G4-S05	Подтвержденные случаи коррупции и предпринятые действия	3.2. Управление закупочной деятельностью	36
<b>Подкатегория «Ответственность за продукцию»</b>			
<b>Здоровье и безопасность потребителя</b>			
G4-PR1	Процент значимых категорий продукции и услуг, воздействие которых на здоровье и безопасность оценивается на предмет выявления возможностей для улучшения	2.1. Безопасность товаров для здоровья потребителей 3.1. Система взаимодействия с поставщиками	18–21, 32

Продолжение табл.

№	Показатель	Раздел Отчета/Источник	Страница
G4-PR2	Общее количество случаев несоответствия нормативным требованиям и добровольным кодексам, касающимся воздействия продукции и услуг на здоровье и безопасность, в разбивке по видам последствий	2.1. Безопасность товаров для здоровья потребителей	22
<b>Маркировка продукции и услуг</b>			
G4-PR3	Виды информации о свойствах продукции и услуг, требуемые процедурами, и доля значимых категорий продукции и услуг, в отношении которых действуют такие требования к информации	2.1. Безопасность товаров для здоровья потребителей	20–21
G4-PR4	Общее количество случаев несоответствия нормативным требованиям и добровольным кодексам, касающимся информации и маркировки о свойствах продукции и услуг, в разбивке по видам последствий	2.1. Безопасность товаров для здоровья потребителей	21
G4-PR5	Результаты исследований по оценке степени удовлетворенности потребителей	В отчетном периоде исследования удовлетворенности не проводились. В 2015 г. планируется проведение исследования NPS	
<b>Маркетинговые коммуникации</b>			
G4-PR6	Продажа запрещенных или спорных товаров	2.1. Безопасность товаров для здоровья потребителей Система контроля качества Группы не допускает запрещенный или спорный товар к продаже. Также если в отношении товара появились негативные отзывы в прессе или в других СМИ, он снимается с продажи, а взаимоотношения с поставщиком прерываются	18
G4-PR7	Общее количество случаев несоответствия нормативным требованиям и добровольным кодексам, касающимся маркетинговых коммуникаций, включая рекламу, продвижение продукции и спонсорство в разбивке по видам последствий	Случаев несоответствия нормативным требованиям и добровольным кодексам, касающимся маркетинговых коммуникаций, включая рекламу, продвижение продукции и спонсорство, в отчетном периоде выявлено не было	
<b>Неприкосновенность частной жизни потребителя</b>			
G4-PR8	Общее количество обоснованных жалоб, касающихся нарушения неприкосновенности частной жизни потребителя и утери данных о потребителях	Персональные данные собираются для участия потребителей в программе лояльности. Жалобы на утрату персональных данных в отчетном периоде отсутствовали	

# Глоссарий и перечень сокращений

**Группа** — Группа компаний «Детский мир».

**Заинтересованные стороны** — физические или юридические лица, влияющие на деятельность и/или испытывающие влияние со стороны Группы компаний «Детский мир» (клиенты, сотрудники, акционеры, органы государственной власти, общественные организации и т.д.).

**Корпоративная социальная ответственность (КСО)** — совокупность принципов и обязательств, которыми Группа компаний «Детский мир» руководствуется в своей деятельности в части управления взаимоотношениями с заинтересованными сторонами и воздействием на национальную экономику, социальную сферу и экологию.

**Коэффициент конверсии** — отношение совершивших покупку посетителей (покупателей) к числу всех посетителей магазинов Группы компаний «Детский мир».

**Мерчандайзинг** — комплекс мероприятий, производимых в торговом зале и направленных на продвижение того или иного товара, марки, вида или упаковки, результатом которого является стимулирование желания потребителей выбрать и купить продвигаемый товар.

**Местные поставщики** — организации или юридические лица, поставляющие продукцию или услуги участникам Группы компаний «Детский мир» и зарегистрированные в той же стране, что и такой участник.

**Местное сообщество** — население, проживающее в городах и на других территориях, в границах которых Группа компаний «Детский мир» осуществляет свою деятельность.

**Оказываемое воздействие** — позитивные или негативные изменения в обществе, экономике или окружающей среде, полностью или частично вызванные деятельностью Группы компаний «Детский мир».

**Отчет** — отчет Группы компаний «Детский мир» в области устойчивого развития за 2013–2014 гг.

**Собственная торговая марка (СТМ)** — торговая марка, владельцем которой является Группа компаний «Детский мир», товары под которой производятся по заказу и для реализации в магазинах Группы компаний «Детский мир».

**Сопоставимые продажи (Like-for-like)** — сравнение показателей продаж по годам без учета данных по новым магазинам, которых не было в базовом году.

**Устойчивое развитие (в формулировке ООН)** — развитие общества, которое позволяет удовлетворять потребности нынешних поколений, не нанося при этом ущерба возможностям, оставляемым в наследство будущим поколениям для удовлетворения их собственных потребностей.

**Omni-channel** — интегрированная торговля через все доступные каналы продаж (включая офлайн-магазин, интернет-магазин, продажи через мобильные устройства, продажи через социальные сети, по телефону или иные возможные способы).

## ПЕРЕЧЕНЬ СОКРАЩЕНИЙ

<b>ДМС</b>	Добровольное медицинское страхование
<b>ИТ</b>	Информационные технологии
<b>КиАУР</b>	Коммерческие и административно-управленческие расходы
<b>КПЭ</b>	Ключевые показатели эффективности
<b>КСО</b>	Корпоративная социальная ответственность
<b>РО</b>	Региональное отделение
<b>СМИ</b>	Средства массовой информации
<b>СНГ</b>	Содружество Независимых Государств
<b>СТМ</b>	Собственные торговые марки
<b>ФОТ</b>	Фонд оплаты труда
<b>CEO</b>	Chief executive officer
<b>ELC</b>	Early Learning Centre
<b>GRI</b>	Global Reporting Initiative
<b>LFL</b>	Like-for-like
<b>MBA</b>	Master of business administration
<b>POS</b>	Point of sales
<b>RTM</b>	Retail trade management

